

FABIANE TRAINOTTI

BALANÇO SOCIAL:
ALÉM DE INFORMAÇÃO CONTÁBIL E ECONÔMICA, UMA DEMONSTRAÇÃO DE
RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL

UMA ABORDAGEM SOBRE O RELATÓRIO SOCIAL, AMBIENTAL
E ECONÔMICO DO GRUPO CAMARGO CORRÊA - 2002

Monografia apresentada ao Departamento de Contabilidade do Setor de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do título de Especialista no Curso de Pós Graduação em Gestão de Negócios 2002

Orientador: Prof^ª. Dr^ª. Onilza Borges Martins

Curitiba

2003

“Inexiste no mundo coisa mais bem distribuída que o bom senso, visto que cada indivíduo acredita ser tão bem provido dele que mesmo os mais difíceis de satisfazer em qualquer outro aspecto não costumam desejar possuí-lo mais do que já possuem”.

Descartes

Agradecimentos

Em minha jornada diária precisei e preciso contar com a ajuda de pessoas próximas, familiares, amigos, colegas de trabalho ou membros de uma mesma comunidade. Em relação a este trabalho as contribuições que recebi foram relevantes para o meu êxito. E é por este motivo que eu não poderia deixar de lembrá-las.

Meus agradecimentos para a professora doutora Onilza Borges Mártins, exímia orientadora. Sem seus nobres conhecimentos e sua habilidade em transmiti-los este trabalho teria sido mais árduo.

Agradeço ao coordenador do curso de Gestão de Negócios da Universidade Federal do Paraná, o professor Vicente Pacheco, que se mostrou muito compreensivo com algumas dificuldades que tive no decorrer do curso.

Agradeço o apoio recebido do Grupo Camargo Corrêa especialmente a Camargo Corrêa Equipamentos e Sistemas S.A.

Não poderia ficar fora minha filha Maria Vitória que desde seu nascimento é inspiração para eu buscar o melhor para nós duas e ao Ilton meu companheiro, por sua contribuição paciente e tolerante.

E Aquele a quem já agradeço todos os dias, Aquele que é o grande responsável por eu ser capaz em dar seqüência a um processo de aprendizado que precisa ser contínuo, buscando constantemente o conhecimento e cooperando na construção de uma sociedade mais bem servida de cultura, educação e comportamentos éticos. Agradeço então a Deus que me permite fazer exatamente aquilo que Ele sabe que sou capaz.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 DEMONSTRAÇÃO QUE VAI ALÉM DO BALANÇO PATRIMONIAL	14
1.1. A Contabilidade E Suas Demonstrações Financeiras	16
1.2. A Contabilidade Social	19
1.3. Balanço Social	19
1.3.1 Histórico E Evolução Do Balanço Social	22
1.3.2 Por Que Publicar O Balanço Social	24
2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E CIDADANIA	27
2.1. Como Atuam As Empresas Cidadãs	28
2.1.1 Reconhecimento Da Sociedade	29
2.2. Responsabilidade Ética Do Contador	31
2.2.1 O Contador E Os Relatórios Sociais	32
2.3. Preocupação Que Surgiu Com O Terceiro Setor	32
2.4. Marketing Social	33
2.5. Cuidando Do Meio Ambiente	35
2.5.1 Passivo Ambiental	36
3 O GRUPO CAMARGO CORREA	37
3.1. Histórico Do Grupo	37
3.1.1 Suas Empresas E Áreas De Atuação	39
3.1.2 Comprometimento Ético	41
3.2. O Instituto Camargo Corrêa	42
3.3. Indicadores Do Desempenho Econômico e Social	43
4 LEGISLAÇÃO E OBRIGATORIEDADE	44
4.1. Balanço Social – Facultativo Ou Obrigatorio?	45
4.2. Que Ha De Legislação No Brasil	46
4.3. Auditoria No Balanço Social	47
5 COMO ELABORAR O BALANÇO SOCIAL	49
5.1. Em Busca Do Modelo Ideal	50
5.1.1 Informações Indispensáveis	51
5.1.2 Modelo IBASE	52
5.2. Importantes Indicadores Do Balanço Social	53
5.2.1 Indicadores Laborais	53

5.2.2	Indicadores Sociais Externos	55
5.2.3	Indicadores Ambientais	56
5.2.4	Indicadores Do Corpo Funcional E Demais Informações Relevantes Ao Exercício Da Cidadania.....	56
6	DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO	59
	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	61
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	62
	ANEXOS.....	65

RESUMO

TRAINOTTI, Fabiane. BALANÇO SOCIAL: ALÉM DE INFORMAÇÃO CONTÁBIL E ECONÔMICA, UMA DEMONSTRAÇÃO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL E AMBIENTAL. UMA ABORDAGEM SOBRE O RELATÓRIO SOCIAL, AMBIENTAL E ECONÔMICO DO GRUPO CAMARGO CORRÊA – 2002.

O Balanço Social – Relatório onde se apresentam informações de natureza social e econômica - surgiu por causa dos movimentos sociais que contestavam a falta de transparência das empresas. Tem sido a forma encontrada pelas empresas públicas ou privadas de demonstrarem o quanto elas estão dispostas e preparadas a investirem de recursos na sociedade. É possível através do Balanço Social, prestar contas, a sociedade de todos os benefícios ou malefícios causados pelas empresas em virtude da sua atividade. O Balanço Social deve ser elaborado por empresas éticas e que estão assumindo sua responsabilidade social, tentando amenizar alguns dos problemas da nossa sociedade, tão carente de condições básicas de sobrevivência e de perspectivas. Estas empresas não estão apenas fazendo doações ou destinações temporárias de recursos, mas investindo constantemente em projetos culturais, educacionais, de saúde, preservação do meio ambiente, etc. Enquanto não houver legislação que o torne obrigatório, cabe à própria sociedade ser parceira das empresas que destinam parte do seu lucro em benefícios do meio social, ambiental e econômico. O presente trabalho não pretende de forma alguma esgotar o assunto, que é amplo e merecedor de muito estudo ainda, buscando em países onde este trabalho está sendo desenvolvido a mais tempo, a experiência para servir de modelo, sem deixar é claro de valorizar as características particulares do Brasil.

A contabilidade social, uma ramificação da já então conhecida contabilidade e suas demonstrações financeiras é uma importante ferramenta para ajudar na elaboração do balanço social. Fazer uma analogia entre ambas será esclarecedor para quem busca o aprofundamento do estudo. O contador profissional que já trabalha em diversas áreas na sociedade tem agora também a oportunidade de diversificar o seu campo de atuação. Conhecedor da vida financeira e econômica de uma empresa ele agora estenderá seu trabalho num campo extremamente importante, que até algum tempo vinha sendo pouco trabalhado, o meio social, mas, hoje, em virtude de sua tamanha relevância poderá receber a atenção merecida. Já se têm no Brasil muitos exemplos de empresas que estão contribuindo de forma significativa com a sociedade. Algumas das empresas do Grupo Camargo Corrêa, por exemplo, são modelos. Com empresas atuando em diversos segmentos e contribuindo de forma responsável socialmente, o grupo criou há dois anos o Instituto Camargo Corrêa. Com projetos nas mais diversas áreas o grupo leva as mais diferentes comunidades uma chance de crescimento pessoal e profissional melhorando desta forma a qualidade de vida de muitos brasileiros. Esta contribuição dada pelo grupo é espontânea, pois, diferentemente de alguns países onde a demonstração do Balanço Social é obrigatória, no Brasil ainda não há legislação sobre o tema, há apenas uma conscientização. Em algumas localidades já existe lei municipal de incentivo a Responsabilidade Social ou premiação para empresas cidadãs. A Comércio e Construções Camargo Corrêa, por exemplo, recebeu em 2003 o Prêmio “Motiva” de Responsabilidade Social, premiação outorgada por uma ONG que se dedica à geração de

empregos. Enquanto isto é a própria sociedade a responsável por cobrar transparência e comportamento ético das empresas quanto ao seu compromisso de restituir ao meio social e ambiental, tudo o que dele foi extraído para a execução da sua atividade. O Balanço social demonstra também informações de caráter econômico. A DVA - Demonstração do Valor Adicionado é utilizado na macroeconomia para demonstrar o valor agregado de um bem ou serviço. Isto significa que para exercer uma determinada atividade, uma empresa busca no mercado outros bens e serviços, que são os chamados valores agregados ou adicionados e a soma destes é o que conhecemos por Produto Interno Bruto - PIB. Esta é então a contribuição econômica que pode ser gerada com a elaboração e publicação do Balanço Social.

Palavras-Chave: Balanço social, Responsabilidade social, Terceiro Setor, Ética, Meio Ambiente.

INTRODUÇÃO

Há algumas décadas movimentos sociais já reivindicavam maior transparência nas informações dadas pelas empresas, mas, foi a partir dos anos 60 que esses movimentos tornaram-se expressivos e através deles a sociedade começou a exigir um comportamento de responsabilidade social por parte das empresas. Com estas reivindicações as empresas foram buscando maneiras de satisfazerem os seus colaboradores e consumidores, conciliando assim a qualidade nos serviços ou produtos oferecidos, ao mesmo tempo em que valorizam o capital intelectual e o meio ambiente e contribuem para o crescimento da sociedade e da economia.

JUSTIFICATIVA

As empresas que desejam melhorar a sua participação no mercado devem começar (se ainda não estão), a preocupar-se com a demonstração da sua Responsabilidade Social, pois diante de um país tão carente de perspectivas os consumidores estão procurando algo além do que as empresas já oferecem. Apenas um produto de qualidade não é suficiente para satisfazer um consumidor exigente, é necessário comprovar que nenhum dano foi causado ao meio social e ambiental para a execução da sua atividade. As pessoas estão olhando para as empresas também como entidades sociais, das quais esperam uma parcela de contribuição no sentido sócio-econômico formando, assim, uma espécie de parceria na relação comercial entre ambas, visando melhorias no quadro social no meio onde estão inseridas. Este trabalho tentará salientar a importância de que a gestão empresarial esteja relacionada com a comunidade e o meio ambiente.

Participar ativamente na sociedade é uma maneira de a empresa desenvolver todo o seu potencial, usando a capacidade humana e tecnológica, que já está à disposição para a execução dos seus serviços ou produtos. E o contador como principal profissional da área de contabilidade, familiarizado com todos os tipos de informações

financeiras e econômicas, pode usar o Balanço Social como mais uma função das suas atividades.

É através deste Balanço Social que as empresas poderão avaliar os seus desempenhos na geração de empregos, preservação do meio ambiente e como entidade social, a oportunidade de proporcionar à comunidade interna e externa melhorias na qualidade de vida. Pode investir recursos ou simplesmente disponibilizar algum tempo dos seus funcionários, por exemplo, para a realização do trabalho voluntário.

Além de assumir a sua parcela de responsabilidade social, promovendo o bem estar comum entre empresa e comunidade onde está inserida e preservando o meio ambiente, as empresas podem ajudar a amenizar algumas das carências da população local ou para os investimentos mais relevantes ate a população em âmbito nacional melhorando desta forma sua imagem diante da sociedade.

Seja esta contribuição através da preservação do meio ambiente, do incentivo na educação ou qualificação do seu quadro de funcionários ou agregando benefícios para a comunidade em geral.

O PROBLEMA

Neste fato condutor, cabe indagar: Como uma empresa preocupada com a cidadania da sua nação e em tornar-se cidadã, deve trabalhar para apresentar o seu Balanço Social e torná-lo além de uma informação contábil e econômica, uma demonstração de Responsabilidade Social?

Neste contexto, se insere o Balanço Social: como uma prestação de contas dos benefícios e prejuízos causados à sociedade. O balanço social poderá funcionar como um instrumento para justificar os investimentos, assim como, o de planejar as ações sociais a curto, médio e longo prazo. O Balanço social tem sido a forma mais adequada para as empresas demonstrarem suas atividades na área social, pois nesta demonstração, deverão estar expressos em valores tudo o que foi despendido ao seu público interno e externo, em prol do meio ambiente e de como colaboradores e empresários interagem entre si neste processo.

Enquanto não houver legislação que regule a sua elaboração, as empresas podem demonstrar onde, como e quanto investiram de forma clara e objetiva.

Os motivos pelo qual uma empresa começa a elaborar o balanço social são vários, ela quer exercer o seu papel de promotora do crescimento sustentável, quer demonstrar seu comprometimento e preocupação com a comunidade de onde ela extrai a sua matéria prima ou mão de obra.

É o compromisso de devolver a natureza os recursos dela extraídos ou ressarcir da maneira justa o homem que executa o trabalho. Não devem ser motivos para elaborar o Balanço social o modismo ou a conveniência.

O consumidor pode optar por uma marca, às vezes, por suas significativas contribuições, mas este retorno deve ser espontâneo. O espírito solidário e consciente deve fazer parte dos princípios da empresa. No decorrer do trabalho será discutido sobre o que pode acontecer, por exemplo, se esta condição tornar-se imposta por lei. O comprometimento social deve fazer parte da cultura da empresa. Já se sabe, através de lamentáveis históricos que a força da legislação nem sempre basta para se manter a ordem numa sociedade.

Será apresentado ao longo do estudo temas como: o comportamento ético do profissional contábil, o meio ambiente e o terceiro setor. Este último, uma área em constante crescimento e que tem sido um dos grandes responsáveis por mudanças significativas no comportamento empresarial. Vai desde grandes projetos de entidades sem fins lucrativos até o simples trabalho de voluntariado.

LIMITAÇÕES

Do início ao fim deste estudo será objetivo permanente mostrar como uma empresa deve trabalhar para chegar até a elaboração do Balanço social. Estar atuando a favor da sociedade é por tanto uma tendência social.

OBJETIVOS

Publicar o Balanço Social paralelamente às demonstrações financeiras e ser elaborado por um contador ou pessoa capacitada e de interesse na área;

Aliar ao tema ética profissional e atividades relacionadas ao terceiro setor;

Demonstrar como é elaborado o balanço social o quanto ele custa para a empresa;

Como escolher uma área para atuar. Ex. educação, cultura, lazer, saúde, etc.;

Demonstrar a contribuição social do Grupo Camargo Corrêa;

Discutir sobre a obrigatoriedade ou não desta publicação;

Esclarecer de que forma a empresa agrega valor a sociedade e como a demonstra através da DVA – Demonstração do Valor Adicionado.

Os capítulos estarão dispostos na seguinte ordem :

Capítulo 1 - Demonstração que vai além do Balanço Patrimonial – O que é a Contabilidade, suas demonstrações financeiras e como surgiu a Contabilidade Social e o Balanço Social ;

Capítulo 2 - Responsabilidade Social e Cidadania – Responsabilidade ética do contador, Terceiro Setor, Marketing Social e Meio ambiente ;

Capítulo 3 - O Grupo Camargo Corrêa – Histórico contextual, comprometimento com a sociedade, O Instituto Camargo Corrêa e o Relatório social, econômico e ambiental de 2002 ;

Capítulo 4 - Legislação e Obrigatoriedade da Publicação do Balanço social – Facultativo ou obrigatório, Funcionamento em outros países, Auditoria no Balanço Social ;

Capítulo 5 - Como elaborar o Balanço Social – Modelo IBASE, Importantes indicadores.

Capítulo 6 - Demonstração do Valor Adicionado.

HIPÓTESES

Se as empresas já estão se conscientizando que precisam ser parceiras da sociedade de que forma podem mensurar e elaborar as suas demonstrações sociais e econômicas? Se estas contribuições forem despendidas como poderão escolher uma área de atuação? O grupo Camargo Corrêa vem contribuindo significativamente em vários projetos, em diversas áreas e os resultados devem ser alcançados a curto prazo, médio e longo prazo.

METODOLOGIA

O presente estudo trata-se de uma pesquisa bibliográfica que utilizou procedimento de análise documental baseada principalmente em leituras de artigos publicados em revistas da área de contabilidade, em jornais e alguns livros, ainda poucos por tratar-se de assunto atual. Leitura ampla com anotações dos dados de

maior relevância. Uso da Internet para busca de debates atuais referentes ao assunto e indicações de material para pesquisa. Estruturação do trabalho com introdução, desenvolvimento em capítulos e conclusão, redigido dentro da metodologia científica acompanhado de um orientador.

1 DEMONSTRAÇÃO QUE VAI ALÉM DO BALANÇO PATRIMONIAL

O Balanço social “busca evidenciar o papel que as empresas representam em seu ambiente social, ou seja, todas as contribuições que elas trazem através de impostos, da previdência social, de mão-de-obra absorvida, de obras sociais, da educação”.¹

O que mais chama a atenção num balanço social são os dados que revelam a iniciativa das empresas privadas que tem por objetivo um fim de caráter coletivo. O comum ainda é encontrar apenas balanços patrimoniais. Esses revelam a situação financeira e econômica de uma empresa, diferentemente do Balanço social, que tem como principal objetivo demonstrar, através de contas específicas, o resultado de investimentos na área social.

Segundo KROETZ “a contabilidade é uma ciência social que estuda a riqueza patrimonial individualizada, sob os aspectos quantitativos e qualitativos, tendo como objetivos a geração de informações e a explicação dos fenômenos patrimoniais, possibilitando o controle, a análise, a avaliação, o planejamento e a tomada de decisão, no enfoque passado/presente/futuro. Tudo isso servindo aos mais diversos usuários, para que eles possam por meio de seus atos, buscar a prosperidade da entidade e da sociedade”.²

O Balanço Social age sob a mesma ótica. Revela o comportamento quantitativo e qualitativo, controlando e analisando só que agora as ações sociais. Tem como objetivo informar e explicar as ações de caráter social e ou ambiental, tornando-se desta maneira, mais um instrumento para a tomada de decisão. Era somente através do Balanço Patrimonial que investidores, fornecedores e consumidores se apoiavam para a tomada de decisão. Hoje esse mesmo público pode direcionar parte da sua decisão baseado nas demonstrações de uma estrutura social equilibrada e de um

¹ SÁ, Antônio Lopes de. Dicionário de contabilidade. São Paulo: Atlas, 1994.

² KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000.p.21

relacionamento de respeito para com a comunidade. Foi pensando na prosperidade das instituições e na sociedade em geral que se começou a pensar na obtenção de um relatório capaz de levar informações sobre atividades sociais que reflitam diretamente na sociedade.

A intenção da empresa quando elabora o seu Balanço Social deve ser a de ir ao encontro de uma proposta de mudança no comportamento empresarial, que transformará para sempre a sua maneira de trabalhar. É um caminho que busca outros valores dentro da empresa, que é, na verdade, uma geradora de riqueza.

Entender que é sua responsabilidade devolver à natureza os recursos dela extraídos e proporcionar aos funcionários o bem estar social é fator primário para a concretização do balanço social. Neste contexto, GONÇALVES afirma que: “a comunidade, produto do instinto gregário do homem, integrada por pessoas, é quem, além de mão-de-obra, fornece capitais e matérias primas transformáveis. Sem comunidade não haveria quem comprasse os produtos ou serviços.”³

De um modo geral é a globalização e as exigências do mercado, por produtos ecologicamente corretos, determinando novos rumos empresariais e dos serviços contábeis. Através da contabilidade, pode-se também, mostrar além de valores a representação de atividades sociais. Esse comportamento demonstra o perfil do profissional do futuro. Se a empresa é responsável socialmente, isso significa, que algum profissional ou uma equipe está engajada na busca de melhorias no ambiente social e está praticando a sua parcela de responsabilidade, pois a empresa é formada antes de tudo, por pessoas. “O ser humano deve ser considerado como o principal patrimônio de uma organização e, finalmente, os recursos materiais representam a substância necessária para completar o processo operacional”.⁴

Segundo LUCA “Na sociedade existe uma preocupação crescente em se analisar a empresa como uma instituição social e não somente como uma instituição econômica”⁵ por isso a necessidade da empresa levar até o público alvo e demais interessados informações complementares às financeiras.

3 GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980.p.13

4 MARTINS, E., LISBOA, L.P. Ética geral e profissional em contabilidade. São Paulo: Atlas, 1996.p.87

5 LUCA, Márcia Martins Mendes de. Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo. Atlas, 1998.p.18

1.1. A Contabilidade E Suas Demonstrações Financeiras

O principal objetivo das demonstrações contábeis é apresentar a posição financeira e patrimonial de uma empresa em uma determinada data, “e o de permitir, a cada grupo principal de usuários, a avaliação da situação econômica e financeira da entidade, num sentido estático, bem como fazer inferências sobre suas tendências futuras”.⁶

Ainda o FIPECAFI esclarece que: “A entidade, em seu sentido social, pode ser examinada em suas transfigurações sociais, no sentido de que a entidade pode ser avaliada não só pela utilidade que a si acresce, mas também pelo que contribui no campo social, em termos de benefícios sociais”.

Segundo Marion, “cada atitude do contador deve ter como base um dos princípios básicos de contabilidade”⁷ que são: Conservadorismo, Materialidade, Consistência, Custo histórico como base de valor, Objetividade, Denominador comum monetário, Continuidade e o da Entidade contábil.

Algumas das entidades que merecem a atenção da Contabilidade:

- Empresas;
- Órgãos governamentais;
- O governo federal, estadual e municipal;
- Autarquias;
- Sociedades de economia mista e companhias estatais;
- Sociedades de finalidades não lucrativas;
- Patrimônios familiares ou individuais;
- Fundos de investimento;
- Entidades financeiras bancárias e não bancárias;
- Entidades cooperativas etc.

⁶ Fipecafi

⁷ MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1993.p.47

O Balanço Patrimonial é composto por três elementos básicos que são: o Ativo, o Passivo e o Patrimônio Líquido. No Ativo encontram-se todos os bens e direitos da empresa, no Passivo estão dispostos os deveres e obrigações e no Patrimônio Líquido o “capital social, reservas de capital, reservas de reavaliação, reservas de lucros e lucros ou prejuízos acumulados”⁸ conforme o Art. 178 da Lei das S.A.

A D.R.E – Demonstração do Resultado do Exercício é de onde extraímos o valor do lucro ou prejuízo acumulado de um exercício.

Conforme a LEI N.º 6.404 no seu Art. 187 a D.R.E “ demonstração do resultado do exercício discriminará:

I – a receita bruta das vendas e serviços, as deduções das vendas, os abatimentos e os impostos;

II – a receita líquida das vendas e serviços, o custo das mercadorias e serviços vendidos e o lucro bruto;

III – as despesas com as vendas, as despesas financeiras, deduzidas das receitas, as despesas gerais e administrativas, e outras despesas operacionais;

IV – o lucro ou prejuízo operacional, as receitas e despesas não operacionais;

V – o resultado do exercício antes do imposto de renda e a provisão para o imposto;

VI – as participações de debêntures, empregados, administradores e partes beneficiárias, e as contribuições para instituições e fundos de assistência ou previdência de empregados;

VII – o lucro ou prejuízo líquido do exercício e o seu montante por ação do capital social.

§ 1º Na determinação do resultado do exercício serão computados:

as receitas e os rendimentos ganhos no período, independentemente da sua realização em moeda, e

os custos, despesas, encargos e perdas, pagos ou incorridos, correspondentes a essas receitas e rendimentos.

⁸ Lei das S.A. Lei N.º 6.404, de 15 de dezembro de 1976.

§ 2º O aumento do valor de elementos do ativo em virtude de novas avaliações, registrado como reserva de reavaliação (art.182, § 3º), somente depois de realizado poderá ser computado como lucro para efeito de distribuição de dividendos ou participações.

Além destas duas demonstrações contábeis a Lei das S.A. aceita ainda a DEMONSTRAÇÃO DAS MUTAÇÕES DO PATRIMÔNIO LÍQUIDO – D.M.P.L – que “evidencia a mutação do Patrimônio líquido a nível global (novas integralizações de capital, resultado do exercício, ajustes de exercícios anteriores, dividendos, inclusive por ações, reavaliações etc.) e ao nível de mutações internas (incorporações de reservas ao capital, transferências de lucros acumulados para reservas e vice-versa etc.)”⁹ segundo o FIPECAFI.

A DEMONSTRAÇÃO DAS ORIGENS E APLICAÇÕES DE RECURSOS – D.O.A.R – não está completa pela lei porque não mostra as mutações internas do capital circulante líquido. “No mundo moderno há uma tendência para se substituir essa demonstração pelo fluxo de caixa ou completá-la até chegar ao fluxo puro de disponibilidades...” FIPECAFI. Para esta demonstração são consideradas: as Origens de recursos às origens geradas pela própria empresa pelas suas operações, obtidas de sócios ou emprestadas em longo prazo junto a terceiros. “As aplicações incluem a destinação para dividendos, as aplicações em ativos permanentes e de longo prazo e as utilizações para devolução dos empréstimos tomados junto a terceiros”.

Ainda segundo o FIPECAFI “as demonstrações financeiras devem ser complementadas por NOTAS EXPLICATIVAS, quadros analíticos ou outras demonstrações contábeis necessárias a plena avaliação da situação e da evolução patrimonial da empresa”.

A lei obriga as companhias abertas a apresentarem o parecer de seus auditores independentes. “As demonstrações financeiras são sempre de responsabilidade da administração da empresa e são assinadas pelo contabilista devidamente autorizado”.¹⁰

⁹ Fipecafi

¹⁰ Fipecafi

1.2. A Contabilidade Social

“O desenvolvimento da Contabilidade Social faz-se necessário, porquanto a sociedade parece exigir das organizações, por meio de seus gestores, maior clareza em suas ações, para que possam ser responsabilizados por seus atos, e para que o ser humano, enquanto cidadão e consumidor, tenham opção de escolha no momento em que adquire seus produtos, observando não apenas preço e qualidade, mas também a relação entre a entidade e o meio ambiente, e a entidade e a sociedade”.¹¹

A contabilidade social é uma ramificação da ciência contábil e é dentro dela que aparece o balanço social. A ciência contábil tem como algumas ramificações as Contabilidades : Agrícola, Gerencial, de Custos, Comercial, Social e outras. Em relação a Contabilidade Social o Professor Kroetz relata que o seu objeto de estudo é o Patrimônio Aziendal, relacionado com o ambiente endógeno e exógeno da organização, a sua principal Demonstração é o Balanço Social, a espécie de gestão é a participativa (Gestão Social) e a forma de controle e a Auditoria Social.

1.3. Balanço Social

O balanço social segundo o IBASE “é um demonstrativo publicado anualmente pela empresa reunindo um conjunto de informações sobre os projetos, benefícios e ações sociais dirigidas aos empregados, investidores, analistas de mercado, acionistas e a comunidade. É também um instrumento estratégico para avaliar e multiplicar o exercício da responsabilidade social corporativa”.¹²

Há algumas divergências entre autores quanto a maneira de conceituar formalmente, o que é o Balanço Social. Para uns, significa uma demonstração contábil, para outros, apenas um conjunto de informações sociais. “O Balanço Social não é sequer parecido com o Balanço Econômico-Financeiro da empresa ou parecido com o patrimonial¹³”. Diz ainda que “a gestão social apóia-se nas ciências humanas”.

¹¹ KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000.p.52

¹² Site Ibase

¹³ GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980.p.31

KROETZ considera “o Balanço Social uma demonstração contábil de responsabilidade do profissional da área, pois tem como a principal fonte dos dados nela expressos a escrituração formal contábil”¹⁴ complementa dizendo: “sabe-se que em seu corpo são apresentados informações de caráter patrimonial, administrativo, econômico, social, ecológico e outras”.

Para melhor conceituar o Prof. KROETZ resume:

“Sinteticamente, procura refletir os gastos e as influências recebidas e transmitidas pelas entidades em relação à sociedade com que interage, abrangendo desta forma um campo pouco explorado pelo atual sistema de informação contábil, mas que com o decorrer de novos estudos poderá configurar-se em uma nova especialidade para o Contador, atendo às necessidades informativas de seus usuários”.

O autor Lopes de Sá, citado no início do primeiro capítulo, conceituando Balanço social, em seu dicionário de contabilidade, ressalta que “tais balanços têm forma contábil, mas não são contábeis, pois a Contabilidade é uma ciência que se limita ao estudo do Patrimônio das Aziendas, ou seja, a Riqueza Individualizada, e não a Geral”.¹⁵

O professor GONÇALVES diz que “os dados reunidos para o Balanço Social serão de tipo diferente, uns serão numéricos, outros serão opiniões refletidas num questionário, outros opiniões deduzidas de atitudes, outros podem ser graus de satisfação, etc.”.¹⁶

Independentemente dos conceitos de o Balanço social ser ou não uma demonstração contábil, as empresas podem elaborá-lo baseadas em contas específicas, fazendo com que ele se transforme num relatório de apoio à gestão empresarial. Afinal de contas, o que as empresas querem, quando fazem o Balanço social, é encontrar uma forma de administrarem seus empreendimentos tendo consciência da sua responsabilidade enquanto criadora de riqueza. “Não há dúvida de que o objetivo precípua de uma Entidade econômica é o Lucro, mas o “bom Lucro” que remunere condignamente o capital investido pelos proprietários da empresa”¹⁷.

14 KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000.p.16

15 SÁ, Antônio Lopes de. Dicionário de contabilidade. São Paulo: Atlas, 1994.p.54

16 GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980. p. 310

17 MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1993.p.106

O Balanço social ainda tem a intenção de revelar todas as despesas incorridas pelas empresas em prol dos seus colaboradores, do meio ambiente e da sociedade em geral. O Balanço social é elaborado por empresários que estão buscando uma demonstração que possa complementar às já existentes, principalmente para mostrarem através dos valores indicados, que estão evoluindo e contribuindo para uma sociedade mais humana.

Para FLORES “ o Balanço Social é, na realidade, uma conta de benefícios e prejuízos prestados à sociedade em determinado exercício, homóloga à conta de lucros e perdas financeiras de um balanço patrimonial anual.”¹⁸ As empresas que hoje fazem o Balanço Social tem um grande interesse em transformar essa demonstração numa ferramenta a mais para tornar cada vez mais transparente as suas ações.

O professor KROETZ diz que “o novo perfil tecnológico-econômico social, exigido pelo mundo globalizado requer que a contabilidade evolua no sentido de prestar informações atualizadas, observando os reflexos das mutações patrimoniais no ambiente social e ecológico, informações essas não somente de ordem financeira-patrimonial.”¹⁹

No ano de 2000 a Revista Trevisan, na sua edição n.149, publicou em artigo pesquisa inédita do IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - que analisou empresas privadas que tomavam iniciativa e aplicavam recursos em atividades com a finalidade de proporcionar o bem estar social. O instituto considerou como ação social atividades de assistência social, alimentação, saúde, educação, meio ambiente e desenvolvimento comunitário. Só valeram como opções as atividades executadas que não são obrigatórias legalmente.

O resultado da pesquisa revelou que 81% das empresas que realizaram atividades com fim social fizeram motivadas por um espírito humanitário. “Para os dirigentes de 61% das grandes empresas, o que os mobiliza fundamentalmente é o atendimento às comunidades próximas à empresa”. A pesquisa revelou ainda que as empresas de menor porte fazem “doações” sem saber prever se no futuro, continuarão fazendo, ao contrário das grandes empresas, que planejam seus projetos para serem

¹⁸ Flores, Jorge Oscar de Mello. Balanço social. Carta Mensal. Rio de Janeiro. V.45, n.529, p.56-9

¹⁹ KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000

contínuos. Algumas empresas pesquisadas responderam que “o envolvimento é, essencialmente, de cunho filantrópico e distante dos interesses mercantis”.

1.3.1 Histórico E Evolução Do Balanço Social

O Professor TINOCO mostra através dos seus estudos que nos países democráticos europeus, por causa do avanço do capitalismo, ocorreram pressões de movimentos sociais, processo que fez surgir à necessidade da elaboração de uma demonstração econômico-social²⁰.

Acrescenta ainda que nos Estados Unidos, em decorrência da sua participação na guerra do Vietnã, a população descontente com o comportamento do país e, principalmente, com o comportamento das empresas que fabricavam e vendiam armas, começou a contestar as políticas adotadas.

O repúdio da população deu início a um movimento de boicote à aquisição de algumas empresas ligadas ao conflito. A sociedade exigia uma nova postura ética. (IBASE) A partir deste movimento, que teve o apoio de instituições civis e religiosas, como igrejas, por exemplo, começou a ser exigido das empresas que relatassem suas atividades de caráter social.

Surge então, na década de 60 as primeiras informações sociais. Na Alemanha, nesta época, várias empresas apresentavam, juntamente com seus relatórios obrigatórios, os relatórios sócio-econômicos que avaliavam principalmente despesas voluntárias. Os sindicatos alemães há muitos anos já instruíam as empresas a não fazerem apenas relatos do passado, mas, também uma previsão de situações sociais. Conforme a Revista Brasileira de Contabilidade n.129, em 1939 a empresa Alemã AEG já publicava tais informações.

Na década de 70, então, na Europa a idéia de responsabilidade social se popularizou, particularmente na França, Alemanha e Inglaterra.

20 TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Uma abordagem Sócio-Econômica da Contabilidade. São Paulo, USP/FEA, 1984 Dissertação (Mestrado).

Segundo a dissertação de mestrado do Prof. TINOCO “A Holanda foi o primeiro país no mundo a ter publicado os ‘Social Jarverslag’ (relatórios sociais).”²¹ Neste país a principal preocupação era o emprego. Ocupava lugar privilegiado nos relatórios, completou o professor.

Segundo os relatórios do IBASE foi em 1972 o marco histórico, quando o Singer, empresa francesa, elaborou o primeiro balanço social da história das empresas.

O Balanço Social, que naquela época ainda nem levava este nome, foi elaborado também por países como Bélgica, Grã Bretanha (onde existe forte pressão sobre a responsabilidade social), Espanha, Portugal, Suécia e França. Esse último país através da Lei 77.769 em 1977 tornou obrigatória a sua publicação, o chamado “Le bilan Social” que se dividia em sete grandes grupos: emprego, remuneração e encargos acessórios, condições de higiene e segurança, outras condições de trabalho, formação, relações profissionais e outras condições de vida dependentes das empresas.

“A contabilidade evoluiu sob a influência de pressões externas cada vez mais intensas, o que significava uma pressão social a exigir uma revolução nos procedimentos, e tanto os cientistas como o profissional da área tem a responsabilidade de esforçar-se e comprometer-se nos seus limites para que este anseio não se frustre”.²²

Segundo KROETZ na década de 70 a sociedade acadêmica e algumas entidades já desenvolviam estudos e realizavam palestras para divulgarem o conceito de responsabilidade social e ecológica²³. Desde 1976 a Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresa vinham observando o comportamento e evolução em outros países para tentar encontrar uma forma ideal e adequada para o Brasil. No ano de 1984, a empresa estatal Nitrofértil publicou o Balanço Social, o primeiro no Brasil. Em 1991 foi criado um anteprojeto de lei que não se popularizou, e em 1992 o Banespa publicou também a Demonstração do Valor adicionado. Foi na década de 90 que

²¹ Tinoco, João Eduardo Prudêncio. Uma abordagem Sócio Econômica da Contabilidade. São Paulo, USP/FEA 1984. Dissertação de Mestrado. Pág.96

²² Kroetz, Cesar Eduardo Stevens. Balanço Social: uma proposta de normatização. Brasília, Ano XXX, n. 129, p.53-63, maio/jun.2001 p.57

²³ Kroetz, Cesar Eduardo Stevens. Balanço Social: uma proposta de normatização. Brasília, Ano XXX, n. 129, p.53-63, maio/jun.2001

começaram a aparecer os primeiros sinais de que o Balanço social se firmaria entre as empresas aqui no Brasil.

“O sociólogo Herbert de Souza (Betinho, 1935-1997) foi o grande interlocutor e promotor dessa nova realidade, pois lutou de forma incansável para realizar um de seus sonhos: implantar um Balanço Social adequado à realidade brasileira, sempre com o apoio do Instituto Brasileiro de Análises Socio-Econômicas - IBASE”.²⁴ Foi através do Betinho que esta idéia começou a ganhar força. “Em seu último ato público, conclamou as empresas a divulgarem seus balanços sociais” (REVISTA EXPRESSÃO, 2000:14).

1.3.2 Por Que Publicar O Balanço Social

Tem de ser objetivo principal da empresa que resolve assumir seu papel social, a busca por melhorias na vida social dos seus funcionários e da comunidade. Através dos benefícios deve haver uma mudança positiva na vida da comunidade. GONÇALVES já ressaltava “que a motivação primária para realizar o Balanço Social é utilizá-lo para melhorar a nossa atuação social. Esse é o principal objetivo. Qualquer outra possibilidade de uso que se apresente será complementar e nunca um substituto”.²⁵

GONÇALVES ainda reforça seu pensamento dizendo que: “efetivamente, a empresa não é apenas um punhado de recursos, que produz ou transforma bens e os coloca no mercado. Ela é, acima de tudo, um poder. Um poder porque representa uma força sócio-econômica-financeira determinada, com a sua potencialidade de emprego, de expansão, de criatividade, que pode influir decisivamente na melhor ou pior qualidade de vida da cidade em que está”.²⁶

Outro objetivo do Balanço social é permitir que, através da transparência e de informações idôneas, os mais diversos usuários se apoiem em dados alternativos aos patrimoniais para a tomada de decisão sobre os investimentos.

Para LUCA “A contabilidade, numa visão social está vinculada à responsabilidade social da empresa”.²⁷

24 Kroetz, Cesar Eduardo Stevens. Balanço Social: uma proposta de normatização. Brasília, Ano XXX, n. 129, p.53-63, maio/jun.2001p.58

25GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980.p.33

26 GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980.p.01

27 LUCA, Márcia Martins Mendes de. Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo. Atlas, 1998.

Assim, numa abordagem social, o objetivo da Contabilidade é fornecer informações para permitir aos seus usuários uma avaliação dos efeitos das atividades da empresa sobre a sociedade onde ela está inserida .

Deve ser o objetivo das empresas que publicam suas atividades sociais a promoção do bem estar social, o respeito aos seus consumidores e a dedicação à preservação do meio ambiente. Uma característica bem particular é que neste processo exista ampla participação da comunidade interna e externa.

Hoje em dia é possível presenciar tantos exemplos de descaso com a população ou com o meio ambiente, que vale a pena parar um instante e refletir se não deveria ser, na realidade, o bem estar social, um dos mais importantes objetivos de todos. As empresas têm obviamente, os seus objetivo final no lucro, mas por que não obter um lucro que seja resultado de um trabalho que preserve a integridade dos seus funcionários e preserve o meio ambiente? A satisfação dos funcionários envolvidos no processo, operacional ou administrativo pode significar maior produtividade e melhor qualidade na atividade fim da empresa.

É com o intuito de obter uma forma de melhorar, aperfeiçoar a contabilidade e fazer o bem social, que as empresas passaram a buscar um modelo ideal de Balanço Social, que seja “uma forma de concretizar e quantificar a ação benéfica das empresas no cumprimento de sua responsabilidade social”.²⁸

Para a sociedade e investidores não é suficiente saber apenas que a empresa investe em projetos ou benefícios aos empregados, eles querem saber quanto é despendido nessa área. Para MARTINS & LISBOA “a informação representa um dos bens de maior valor dentro de qualquer organização, isso em face de ser ela a base para qualquer tomada de decisão”.²⁹

É muito importante que as empresas tenham consciência de que podem e devem mostrar à sociedade o quanto elas investiram para promover melhorias ou para recuperar um dano causado aos funcionários ou ao meio ambiente. Talvez ainda demore algum tempo para que essa consciência tome conta dos empresários; mas com

28 FLORES, Jorge Oscar de Mello. Balanço social. Carta Mensal. Rio de Janeiro, v.45, n.529, p.56-9, abr.1999.p.56

29 MARTINS, E., LISBOA, L.P. Ética geral e profissional em contabilidade. São Paulo: Atlas, 1996 p.87

a própria pressão da sociedade, parece inevitável as mudanças de mentalidade e atuação.

2 RESPONSABILIDADE SOCIAL E CIDADANIA

É praticamente impossível falar em Balanço social sem ter em mente o forte desejo de mostrar o nível de responsabilidade social da empresa. Uma coisa está diretamente ligada a outra. Quando o empresário decide investir parte do seu lucro em prol da sociedade, pode-se perceber o grau de responsabilidade e cidadania.

Hoje um dos diferenciais entre empresas que disputam lugar no mercado pode ser o de ser uma entidade comprometida com a qualidade de vida dos que estão ao seu redor. “O Balanço Social representa a expressão de uma prestação de contas da empresa à sociedade em face de sua responsabilidade para com a mesma”.³⁰ As empresas encontraram nesta forma de demonstração social uma maneira de expressar o quanto puderam investir e agregar, em melhorias, na qualidade de vida da comunidade (interna ou externa) onde estão instaladas.

Segundo conceito de MELO NETO & FROES (1999) apud D'AMBRÓSIO et al (1998:8) “a responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minorar possíveis danos ambientais decorrente do tipo de atividade que exerce”. Os autores ainda complementam:

“Contudo, apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem-estar social dos seus funcionários e dependentes e num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação dos seus clientes e/ou consumidores”.³¹

30 SÁ, Antônio Lopes de. Dicionário de contabilidade. São Paulo: Atlas, 1994.p. 54

31 MELO NETO E FROES 1999 p.78

TORRES disse em artigo publicado, que “nos últimos anos as relações entre empresa e comunidade tornaram-se uma questão de sobrevivência se pensada a longo prazo, isso sem falar no lado ético e humano que merece ser desenvolvido”.³²

MARTINS & LISBOA afirmam que “a sociedade é uma Integração entre vários tipos de pessoas que em determinado ‘momento’ têm um objetivo em comum, o bem estar”³³. Esse motivo, já seria suficiente para querer trabalhar em conjunto: empresa – comunidade. Os benefícios que as empresas promovem são uma espécie de compensação pelo que buscou na sociedade, para sua atividade fim.

MELO NETO & FROES falam de como a empresa “deve a sociedade explicações sobre a forma que se utiliza de recursos obtidos, pois ela consome recursos naturais que são estão disponíveis na natureza, utiliza recursos financeiros que são de pessoas físicas e capacidade de trabalho da sociedade”. Eles resumem que a empresa gira em torno da sociedade.

Os mesmos autores ainda conseguem resumidamente, indicar todos os danos causados a uma empresa que perde a sua credibilidade ou a sua responsabilidade social: “se o problema é a responsabilidade social interna, os primeiros efeitos são a deterioração do clima organizacional, a desmotivação generalizada, o surgimento de conflitos, ameaça de greves e paralisações, fuga de talentos, baixa produtividade e aumento de acidentes de trabalho, além de altos índices de faltas e atrasos. Sendo a responsabilidade social externa a principal área de problema, os efeitos são mais danosos: acusações de injustiça social, boicote de consumidores, perda de clientes, reclamações dos fornecedores e revendedores, queda nas vendas, gastos extras com passivo ambiental, ações na justiça, riscos de invasões e até mesmo risco de falência”.

2.1. Como Atuam As Empresas Cidadãs

As empresas que pretendem manifestar o seu senso de responsabilidade devem, inicialmente, conhecer e estabelecer parâmetros de como poderão beneficiar seus funcionários e a comunidade, com seus incentivos ou projetos. Segundo MELO NETO

32 TORRES, Ciro. Um pouco da História do Balanço Social, Obtida via Internet. <http://www.balancosocial.org.br/legis.html>, 14 mar.2001.

33 MARTINS, E., LISBOA, L.P. Ética geral e profissional em contabilidade. São Paulo: Atlas, 1996

& FROES, “identificados e priorizados os problemas (...) através das pesquisas sociais(...) o passo seguinte consiste na análise dos indicadores sociais (...) escolha de alvos estratégicos(...)”³⁴. Normalmente as empresas priorizam problemas relacionados a: saúde, educação, desemprego, fome, baixos salários, infra-estrutura, violência, etc. Algumas empresas optam por investir numa questão social debilitada que esteja mais próxima do meio onde está inserida ou que se identifique com a sua atividade.

Para KROETZ “(...) viver em comunidade significa obrigar o ser humano a abdicar de algumas vontades pessoais e adequar-se à cultura e tradição da nação e, para que se efetivem esses anseios, são exigidos instrumentos capazes de comprovar a relação harmônica entre os segmentos sociais. Nessa perspectiva, encontra-se o balanço social, uma demonstração que permite identificar e demonstrar os impactos recebidos e causados pela entidade em relação aos ambientes social e ecológico”³⁵.

A citação do Prof. Kroetz resume uma verdade: viver bem em sociedade significa procurar harmonia entre o que seja lucrativo e o que traga benefícios à população. Uma empresa é facilmente identificada como sendo socialmente responsável quando conquista a confiança dos seus funcionários e da comunidade em geral. A empresa que age com responsabilidade social atrai a simpatia da sociedade e é respeitada. Quando a empresa pensa nos custos de um produto ou serviço, ela deve prever se a sua atividade acarretará algum tipo de prejuízo ao meio social ou ambiental e preparar-se para bancar tal custo. “Conforme premissas básicas de responsabilidade social, moral e ética, a empresa deve arcar com todos os custos necessários para a obtenção de suas receitas ou, mais especificamente, para a manutenção de seu processo operacional”³⁶ visando sempre proteger o meio e as pessoas onde estão inseridas.

2.1.1 Reconhecimento Da Sociedade

O instituto Ethos (2000) – conhecido por seu trabalho de divulgação da responsabilidade social - realizou uma pesquisa com mais de duas mil empresas,

34 MELO NETO, F.P.de, FROES, C. Projetos de marketing esportivo e social. Londrina: Midiograf, 1997 p.50

35 KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000.p.45

36 RIBEIRO, M.de S., LISBOA, L. P. Passivo Ambiental. Revista Brasileira de Contabilidade. Goiânia, Ano XXIX, n.12, p.8-19, nov. /dez. 2000. p.11

aplicando um questionário de 130 perguntas para poder avaliar o índice de responsabilidade social. A intenção do instituto foi a de conhecer empresas éticas e saber o que elas promovem de atividades que visem o bem coletivo. Oded Gragew, presidente do Ethos, disse à Revista EXPRESSÃO, n.105, que esses índices deveriam tornar-se critérios de negócios entre as empresas e os governos.

Várias são as iniciativas de premiar empresas que publicam o Balanço Social. Esse é um dos objetivos dos decretos ou leis que foram aprovados em alguns municípios do Brasil: a premiação.

Em 1998, segundo o site www.balancosocial.gov.br, para estimular a participação de mais empresas, o IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) lançou o Selo Balanço Social Ibase/Betinho. O selo é conferido anualmente as empresas que publicam o balanço social seguindo o modelo sugerido pelo instituto. Este selo pode ser divulgado em seus anúncios, embalagens, etc., divulgando o investimento em alguma área social, que pode ser : educação, esporte, cultura, meio ambiente, saúde ou qualquer outro. Segundo o site ainda esta é uma demonstração de que a empresa deu o primeiro passo para tornar-se cidadã e que está comprometida com a qualidade de vida dos funcionários, comunidade e meio ambiente.

O selo não é concedido a empresas que tenham como atividade a produção e venda de cigarro/fumo, armas de fogo/munição, bebidas alcoólicas ou que estejam 'comprovadamente envolvidas com a exploração do trabalho infantil.

Segundo KROETZ "os programas de certificação configuram-se em poderosos mecanismos de educação, de controle e de informação ao consumidor, que utiliza as forças indutoras da oferta para exigir produtos mais saudáveis e ecologicamente corretos, cabendo à entidade que desejar permanecer no mercado adaptar-se às novas realidades e tendências".³⁷ Hoje aproximadamente 220 empresas de grande porte publicam o Balanço Social seguindo o modelo IBASE.

O que acontece também é que: "a sociedade vem premiando aquelas empresas que tomam iniciativas de desenvolver atividades sociais relacionadas com seus

37 KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000 p.44

empregados e com a sociedade e de participar do processo de preservação e proteção do meio ambiente onde ela está inserida”.³⁸

2.2. Responsabilidade Ética Do Contador

Segundo Marion “a função básica do Contador é produzir informações úteis aos usuários da Contabilidade para a tomada de decisão”.³⁹ O contador e o profissional que exerce as funções contábeis nas mais diversas áreas: Financeira, de Custos, Gerencial, Auditor etc.

O autor KROETZ fala que “além da proposta de uma reflexão sobre a Responsabilidade Social do Contador, exercida pela Contabilidade, busca-se mostrar o alcance atual dessa ciência, chamando atenção para um vasto campo ainda a ser explorado, especificamente, na área social, que merece maior dedicação dos estudiosos, com o intuito de encontrar uma forma de demonstrar e explicar a qualidade, a eficiência e a eficácia dos efeitos ocasionados no patrimônio das entidades”.⁴⁰

O profissional da área contábil pode encontrar nesta nova maneira de fazer contabilidade até mesmo uma especialização para a sua profissão, pois o mercado busca cada vez mais profissionais com um comprometimento ético em relação à sociedade. “O comportamento ético do contabilista, (...), pode ser decisivo no sucesso ou no fracasso de sua carreira profissional, independentemente da forma ou setor em que atua”.⁴¹

A nova geração de contadores precisa cada vez mais saber defender, abertamente, os princípios e valores éticos aplicáveis a sua profissão, de tal modo a produzir uma imagem verdadeira e moderna, sabendo lidar com os serviços na área social, conhecendo a legislação que fala sobre meio ambiente, filantropia, apoio a iniciativas culturais, etc.

38 LUCA, Márcia Martins Mendes de. Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB. São Paulo. Atlas, 1998.p.18

39 MARION, José Carlos. Contabilidade empresarial. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1993.p.29

40 KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000 p.45

41 MARTINS, E., LISBOA, L.P. Ética geral e profissional em contabilidade. São Paulo: Atlas, 1996 p. 87

É fator determinante para o sucesso desta carreira, assim como de outras, estar em dia com as tendências econômicas e sociais. Um profissional ético, muito provavelmente, quererá atuar em empresa ética.

MOREIRA diz porque a empresa deve ser ética: “(...) custos menores, a possibilidade de avaliar com precisão o desempenho da sua estrutura, a legitimidade moral para exigir comportamento ético dos empregados, a geração de lucro livre de contingências, a obtenção de respeito dos parceiros comerciais, o cumprimento de dever inerente à responsabilidade social da organização”.⁴²

A sociedade sobrevive dos benefícios gerados por atividades econômicas e sofre os efeitos desta atividade, um comportamento ético e responsável pode amenizar esse impacto.

2.2.1 O Contador E Os Relatórios Sociais

Nos últimos tempos, esta relação de comprometimento social entre empresas e comunidades tornou-se uma questão estratégica de sobrevivência.

“O contador deve manter um comportamento social adequado às exigências que lhe faz a sociedade. Não basta, assim, a preparação técnica, por melhor que ela seja. É preciso encontrar uma finalidade social superior nos serviços que executa”.⁴³

2.3. Preocupação Que Surgiu Com O Terceiro Setor

O Terceiro Setor é o conjunto de organizações das sociedades civil de direito privado e sem fins lucrativos, que realizam atividades em prol do bem comum. Fazem parte do Terceiro Setor instituições como as organizações não governamentais - as ONGs – e as organizações da sociedade civil de interesse público. As organizações não governamentais são entidades que tem por objetivo a preservação do meio ambiente e atuação quanto aos direitos humanos.

42 MARTINS, E., LISBOA, L.P. Ética geral e profissional em contabilidade. São Paulo: Atlas, 1996. p.31

43 MARTINS, E., LISBOA, L.P. Ética geral e profissional em contabilidade. São Paulo: Atlas, 1996. p.61

O Terceiro Setor surgiu da necessidade que as organizações privadas sentiram de atuar na área social, deixando de ficar de braços cruzados enquanto o Estado deixa a desejar.

Para maior entendimento deve-se saber que o primeiro setor é formado pelo governo em todas as suas esferas e o segundo setor é formado pelas empresas privadas. Os principais objetivos do Terceiro Setor são tentar acabar com a pobreza e tentar sociabilizar os “excluídos”. Uma frase tirada do site <http://www.rits.org.br> explica o objetivo do terceiro setor e deixa à mostra uma realidade a que os brasileiros estão acostumados: “Esta mobilização de recursos privados para fins públicos rompe com a tradição inversa e perversa representada pela apropriação privada dos recursos públicos”.⁴⁴

2.4. Marketing Social

Segundo o autor VAZ “marketing social é a modalidade de ação mercadológica institucional que tem por objetivo atenuar ou eliminar problemas sociais, carências da sociedade relacionadas principalmente com questões de higiene e saúde pública, trabalho, educação, habitação, transporte e nutrição”.⁴⁵

Os empresários percebendo que não podiam continuar progredindo sem um planejamento social e ecológico adequado começam a valorizar seus funcionários, comunidade e preservar o meio ambiente. Falar sobre Responsabilidade Social tornou-se obrigatório para os que procuram maior qualidade nos serviços e mais qualidade de vida a longo prazo.

Há algumas décadas já se fala em marketing social. E o que a Responsabilidade social tem a ver com o Marketing Social?

O alvo desejado pela responsabilidade social pode ser alcançado através da publicidade. MELO NETO & FROES escrevem que “quando as empresas e o governo divulgam suas ações, em benefício das comunidades carentes e da grande população de excluídos, essas ações podem ser alvo de marketing”. É importante levar ao

⁴⁴ www.ritz.gov.br

⁴⁵ VAZ, Gil Nuno. Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens. São Paulo: Pioneira, 19995.p. 281

conhecimento da sociedade o que está sendo feito pelas empresas, governo, instituições não governamentais, para o progresso da sociedade, a diminuição da pobreza e o desenvolvimento social e econômico. O autor mais uma vez reforça que “Marketing Social é o uso promocional de tais ações com o objetivo de difundir e enfatizar o interesse e empenho, seja da empresa ou do governo, na busca de soluções para os problemas sociais do país ou em nível local e regional”.⁴⁶ É exatamente esta a função do balanço social : tornar publica a responsabilidade social da empresa. Hoje se fala não só em dever, mas no direito que as empresas tem de dar publicidade as sua ações, desde que obviamente sejam cada vez mais verdadeiras e honestas.

GONÇALVES afirmava na década de 80 que “o Balanço Social não é, e nem pode ser, um meio de dar publicidade ao fato de sermos muito bons no aspecto social. É um meio para verificar, realmente, como somos, objetiva e desapassionadamente, por meio de uma avaliação asséptica do resultado que vamos obtendo no campo social”.⁴⁷

O autor recomenda ainda que “as empresas que pela primeira vez, decidem efetuar um Balanço Social, não o publiquem”. Primeiro devem perceber a aceitação interna. Não deve ser mera publicidade a necessidade de demonstrar a uma sociedade exigente e carente de mudanças, que a empresa está atuando de maneira “politicamente correta”.

O Marketing quer promover através da publicidade uma conscientização em massa. Usa como critério “um trabalho cuidadoso de pesquisa, procurando a raiz de um problema social, identificando os focos de resistência a uma mudança e, então, definindo um planejamento de apresentação das idéias, de formulação das propostas, de preparação da estrutura necessária para dar sustentação...”.⁴⁸ Essa sustentação levaria posteriormente, ao menos a amenizar o problema social.

Deve-se expor à sociedade o que vem sendo feito para contribuir com o progresso do nosso país no âmbito social, principalmente, por ser ainda muito deficiente. Deve-se, sim, mostrar tudo o que está sendo feito de bom e o que não está sendo positivo, se for

46 MELO NETO, F.P.de, FROES, C. Projetos de marketing esportivo e social. Londrina: Midiograf, 1997p. 28

47 GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980.p. 32

48 VAZ, Gil Nuno. Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens. São Paulo: Pioneira, 19995.p. 281

o caso. Um dos principais objetivos da elaboração o Balanço Social é exatamente este: fazer um levantamento e verificar se o saldo é positivo ou negativo para os funcionários e para o meio ambiente. É função do Balanço social tornar pública a responsabilidade social das empresas. Assim, deve-se usar o marketing para divulgar e também conscientizar o consumidor.

2.5. Cuidando Do Meio Ambiente

Além de todos os tópicos já abordados neste trabalho, que são de fundamental importância para se chegar à elaboração do Balanço Social, o meio ambiente mereceu aqui espaço digno da sua importância. Na Demonstração do Balanço Social a empresa deve deixar claras as políticas adotadas no que se refere à preservação ou recuperação do meio ambiente.

Deve ser preocupação constante das empresas que não ocorram acidentes ambientais. Empresas que não tomam o devido cuidado de preservação, correm o risco de além de perder prestígio, sofrer prejuízos financeiros, pois a Lei de Proteção Ambiental nº 9.605/98 prevê multas que podem chegar até R\$ 50 milhões para crimes contra o meio ambiente.

Segundo MOREIRA “o comportamento ético por parte da empresa é esperado e exigido pela sociedade. Ele é a única forma de obtenção de lucro com respaldo da moral”.⁴⁹ É responsabilidade de cada cidadão preservar da melhor maneira possível o meio ambiente. Hoje as empresas têm consciência que sendo entidades que promovem o desenvolvimento de uma comunidade em determinado segmento econômico deve ser dever dela também participar ativamente do controle da poluição e da preservação do meio ambiente.

“O balanço social é uma ferramenta que, quando construída por múltiplos profissionais, tem a capacidade de explicitar e medir a preocupação da empresa com as pessoas e a vida no planeta”. (IBASE)

49 MOREIRA, Joaquim Manhães. A ética empresarial no Brasil. São Paulo: Pioneira, 1999 p.31

2.5.1 Passivo Ambiental

Foi dado o nome de Passivo Ambiental para os valores que a empresa gasta preservando ou reparando algum dano causado ao meio ambiente, provocado ou não por sua atividade fim. Segundo RIBEIRO & LISBOA “passivo ambiental representa o sacrifício de benefícios econômicos que serão realizados para a preservação, recuperação e proteção do meio ambiente, de forma a permitir a compatibilidade entre o desenvolvimento econômico e o meio ecológico ou em decorrência de uma conduta inadequada em relação às questões ambientais”.⁵⁰

Normalmente os valores que serão despendidos por conta de despesas com o meio ambiente só serão identificados no momento em que o fato ocorrer. A contabilidade permite que seja feita uma estimativa, ou no caso de impossibilidade de mensuração, isso pode ser especificado através de notas explicativas.

A origem do passivo ambiental se dá no momento em que a empresa “adquire ativos para contenção dos impactos ambientais” e o momento do reconhecimento do passivo ambiental se dá a partir do “momento da ocorrência do fato gerador”.⁵¹

“O documento 228/97 do Instituto Brasileiro de Contadores – IBRACON - afirma que as demonstrações contábeis das empresas deverão ser ajustadas às tendências mundiais, dentre as quais estão as metas de preservação ambiental”.

Mais uma vez aparece a preocupação que existe hoje nas empresas e no meio contábil de estar atualizado com as tendências e preocupado com a preservação do meio ambiente, dentre outras situações já discutidas, que influenciará diretamente na vida de toda a sociedade.

50 RIBEIRO, M.de S., LISBOA, L. P. Passivo Ambiental. Revista Brasileira de Contabilidade. Goiânia, Ano XXIX, n.12, p.8-19, nov. /dez. 2000.p 09

51 RIBEIRO, M.de S., LISBOA, L. P. Passivo Ambiental. Revista Brasileira de Contabilidade. Goiânia, Ano XXIX, n.12, p.8-19, nov. /dez. 2000. p.11

3 O GRUPO CAMARGO CORRÊA

Segundo o Relatório de Responsabilidade Social, Ambiental e Econômica do Grupo Camargo Corrêa, distribuído no ano de 2003 para o público interno e externo, hoje o Grupo é uma das maiores corporações privadas brasileiras, com um patrimônio líquido de R\$ 4,7 bilhões e receita bruta de R\$ 6,2 bilhões em 2002.

Atualmente o Grupo conta com cerca de 32 mil empregados.

Um dos seus objetivos é tornar-se um dos melhores lugares do Brasil para trabalhar, e é preciso manter o contínuo aperfeiçoamento da gestão e atuar para que todos os funcionários se sintam integrados em dimensão corporativa.

VISÃO DO GRUPO

“Seremos reconhecidos como líderes por nossos padrões éticos, competência empresarial, excelência de produtos e serviços, respeito ao meio ambiente e à comunidade, atuando de modo integrado em infra-estrutura, indústria, engenharia e construção”.

Em 2002, o Grupo Camargo Corrêa procedeu a uma revisão de seu direcionamento estratégico e definiu uma importante meta: a de estar entre os primeiros grupos privados não financeiros de capital nacional do país até 2012.

3.1. Histórico Do Grupo

A Camargo Corrêa nasceu de uma pequena construtora fundada em 1939, por Sebastião Ferraz de Camargo Penteado em sociedade com Sylvio Brand Corrêa que deixaria a sociedade em 1964.

A Camargo Corrêa participou de obras como as hidrelétricas de Tucuruí, Itaipú, Ilha Solteira e Jupiá, além da Ponte Rio-Niterói, do Metrô de São Paulo e do Aeroporto de Guarulhos.

Resumo – Crescimento Contínuo

- 1939 – Fundação da Camargo Corrêa & Cia Ltda.;
- 1940 – Primeiro contrato de Terraplanagem;
- 1943 – Construção da Base aérea de Santos e do Campo de Marte ;
- 1946 – A mudança de Camargo Corrêa & Cia Ltda. para Construções e Comércio Camargo Corrêa ;
- 1948 – Fundação da Companhia Jauense Industrial ;
- 1955 – Aquisição da Companhia Auxiliar de Viação e Obras – CAVO ;
- 1957 – A Camargo Corrêa participa da construção da cidade de Brasília ;
- 1965 – A Camargo Corrêa cria a Reago Indústria e Comércio ;
- 1968 – Nasce a Camargo Corrêa Industrial (hoje Camargo Corrêa Cimentos) ;
- 1969 – Aquisição do Consórcio Nacional de engenheiros e consultores, hoje CNEC Engenharia ;
- 1972 – Começa a operar o Hangar Menezes, hoje Morro Vermelho Táxi Aéreo ;
- 1975 – Participação da construção da hidrelétrica de Itaipú e início das obras de Tucuruí e Guri, esta última na Venezuela ;
- 1979 – Fundação da Camargo Corrêa Brown Boveri, hoje CCCES ;
- 1982 – Adquire participações acionárias na Alcoa e São Paulo Alpargatas ;
- 1983 – Constituição da Camargo Corrêa Metais ;
- 1996 – Constituição da holding Camargo Corrêa S.A ; ingresso no grupo de controle da Usiminas ; criação da VBC Energia em sociedade com a Votorantin e Bradespar ; fundação da CCDI – Camargo Corrêa Desenvolvimento Imobiliário ; a Construções e Comércio Camargo Corrêa realiza obras de saneamento e estradas na Bolívia, Peru e Colômbia ;
- 1997 – Início das Obras do gasoduto Bolívia-Brasil ; A Camargo Corrêa Cimentos adquire a Cimento Cauê ; a VBC adquire 51% da Usina de Serra da Mesa e em

consorcio assume o controle da Rio Grande Energia e da Companhia Paulista de Força e Luz – CPFL ;

1998 – A CPFL arremata o controle da Empresa Bandeirante de Energia ;

1999 – Implantação do CSC – Centro de Serviços Compartilhados ; a Camargo Corrêa Transportes torna-se acionista da Companhia de Concessões Rodoviárias- CCR ;

2000 – Criação do Instituto Camargo Corrêa ; criação da Camargo Corrêa Energia ;

2001 – A CAVO em associação com a Vega, cria a Essencis Soluções Ambientais ;

2002 – A Camargo Corrêa consolida o controle acionário da São Paulo Alpargatas.

3.1.1 Suas Empresas E Áreas De Atuação

A Camargo Corrêa participa por meio de suas empresas, nos setores de engenharia e construção, indústria de calçados e têxtil, indústria de cimento, energia, concessões rodoviárias e gestão ambiental. Ainda detém participações em setores como os de alumínio e siderurgia.

Nas áreas de engenharia e construção e gestão ambiental, as empresas do grupo atuam de maneira integrada e estão preparadas para oferecer soluções completas a seus clientes – partindo de estudos de viabilidade e desenvolvimento de projetos.

A Camargo Corrêa S.A - holding – para garantir a implementação e o aprimoramento da qualidade da gestão em seus diversificados ramos de negócio, prepara planos de sucessão para os principais líderes, aperfeiçoa os processos corporativos, promove a integração de sistemas e o desenvolvimento de profissionais, investe em tecnologia da informação, em recursos de controladoria e em processos de fusões e aquisições para o crescimento. Exerce assim o papel de integrar e implementar o conjunto de objetivos que tem a missão de dar continuidade ao sucesso do empreendimento como um todo.

A Construções e Comércio Camargo Corrêa, controlada pelo Grupo Camargo Corrêa, é uma das três maiores empresas em termos de receita no segmento engenharia e construção no Brasil. E também líder nacional na construção de hidrelétricas.

A Camargo Corrêa Equipamentos e Sistemas, outra das empresas de engenharia e construção, é líder na automação de subestações de transmissão e distribuição de energia elétrica. Segundo o site da empresa, “tem como filosofia elaborar soluções integradas para cada cliente, otimizar a relação custo/prazo”.

A CNEC Engenharia S.A empresa de estudos e projetos de engenharia consultiva, atua nas áreas de infra-estrutura, sistemas, gerenciamento e fiscalização de obras, e meio ambiente.

A Reago Indústria e Comércio S.A hoje está focada na venda de sistemas construtivos inteligentes.

A Camargo Corrêa Desenvolvimento Imobiliário tem foco no segmento de escritórios comerciais. A empresa também administra o patrimônio imobiliário do grupo Camargo Corrêa.

Estas cinco últimas hoje fazem parte da E & C – e tem comando único.

A Camargo Corrêa Cimentos é uma das empresas de maior crescimento no seu setor, hoje com 8,55 do mercado brasileiro de cimento e 75% do mercado de cimento branco.

A Companhia Jauense Industrial atua no setor têxtil e detém 15% do mercado nacional de tecidos coloridos para jeanswear. O Moinho Jauense – Unidade de alimentos, é uma das líderes na região onde está instalada, no que se refere a processamento de farinha de trigo para consumo doméstico e industrial.

A São Paulo Alpargatas, passa a deter marcas líderes no Brasil em calçados esportivos e sandálias.

A Camargo Corrêa Metais S.A produtora de silício metálico, no município de Breu Branco (PA) junto a hidrelétrica de Tucuruí.

A Cavo Serviços e Meio Ambiente S.A é especializada em gestão ambiental. É responsável pela prestação de serviços ambientais, exercendo atividades que englobam a gestão total de resíduos de municípios, de serviços de saúde, de indústrias, gestão ambiental de empreendimentos.

A Essencis Soluções Ambientais S.A especializada no tratamento e disposição de resíduos industriais.

A Camargo Corrêa Serviços Compartilhados Ltda foi criada há três anos para atuar na gestão de processo trabalhistas, jurídicos, financeiros, manutenção e administração de recursos humanos das demais empresas do Grupo Camargo Corrêa.

A Camargo Corrêa Transportes S.A.

O Shopping Jardim Sul é um empreendimento da holding familiar Participações Morro Vermelho e é administrado pela Camargo Corrêa Desenvolvimento Imobiliário. O Shopping localiza-se no Morumbi, tem 270 lojas e 11 salas de cinema.

A Camargo Corrêa Energia S.A coordena os investimentos na VBC Energia e os negócios de auto produção de energia do grupo.

A Arrossensal – Agropecuária e Industrial S.A.

A Morro Vermelho Táxi Aéreo Ltda. – empresa de aviação corporativa presta serviços de transporte aéreo aos executivos do grupo, bem como atua na venda de serviços a terceiros e no segmento de manutenção de aeronaves e helicópteros.

Sua controlada VBC Participações é a maior investidora nacional privada do setor elétrico e a coligada Alcoa Alumínio é a Segunda maior produtora de alumínio do Brasil, com 25% de participação nesse mercado.

E na área social aparece o Instituto Camargo Corrêa. O subcapítulo 3.2.1.falará sobre este campo de atuação do grupo.

3.1.2 Comprometimento Ético

O grupo Camargo Corrêa quer que cada vez mais que os funcionários tenham as melhores condições de trabalho e que este ambiente impacte o menos possível no meio ambiente . Para tanto a Construções e Comercio Camargo Corrêa, por exemplo, investe num rigoroso modelo de segurança. Segurança das pessoas e do meio ambiente.

A excelência na gestão ambiental é o objetivo permanente e cotidiano nas empresas do Grupo Camargo Corrêa. Nas atividades das unidades de engenharia e construção, por meio do Plano de Gestão Ambiental, em vigor desde 2000, a preservação ambiental faz parte de todos os processos, a partir da etapa de licitação. A

principal premissa, sempre, é assegurar o menor impacto possível no ambiente, seja qual for o porte da obra.

Pela natureza da atividade e dimensões das obras realizadas, o setor de engenharia e construções exige cuidados redobrados relativos ao ambiente. Nos últimos anos, as empresas aperfeiçoaram seus processos e desenvolveram as políticas necessárias para atender às exigências cada vez maiores dos órgãos responsáveis e dos clientes e superar suas expectativas.

3.2. O Instituto Camargo Corrêa

Ações destinadas a contribuir efetivamente para a melhoria da qualidade de vida e o bem-estar das comunidades próximas, sempre fizeram parte da cultura do Grupo Camargo Corrêa. O instituto Camargo Corrêa criado há dois anos veio incrementar essa atuação, com o apoio em projetos de educação, saúde e cultura desenvolvidos por entidades não governamentais já estabelecidas e em especial nas regiões em que o grupo atua.

Beneficiar o desenvolvimento pessoal e social de crianças e jovens carentes de oportunidades é o objetivo da atividade do instituto. Para isso, pratica valores claramente estabelecidos na excelência, na eficiência, na parceria, no voluntariado e na continuidade dos projetos.

Em 2002 o instituto comprometeu-se a investir R\$ 3,63 milhões em diversos projetos e consolidou a atenção em dois campos : o Programa Funcionário Voluntário, que surgiu para apoiar e incentivar, com recursos do instituto ou com serviços da companhia, as atividades dos empregados e de seus familiares nas comunidades e o Programa de Ensino Profissional, que veio atender a expectativa do conselho do instituto, que desejava apoiar projeto dirigidos não só a formação profissional, mas também à conscientização sobre a cidadania.

O instituto também amplia o alcance de suas atividades coma a utilização de incentivos fiscais provenientes da Lei Rouanet e da Lei Mendonça, que incentivam ações culturais, e do Estatuto da Criança e do Adolescente, que incentiva a doação de

recursos para os Conselhos Municipais do Direito da Criança e do adolescente, que os empregam de acordo com as necessidades locais.

Para definir quais projetos apoiaria com recursos incentivados pela Lei Rouanet, o instituto utilizou o critério inicial : priorizou trabalhos que beneficiam crianças e jovens de famílias de baixa renda.

O grupo Camargo Corrêa incentiva, ainda, ações espontâneas dos empregados nos locais onde atuam suas unidades, espalhadas pelo país.

No final do ano de 2002, a controlada São Paulo Alpargatas, criou o Instituto Alpargatas com dotação de R\$ 700 mil para 2003, a maior parte a ser dedicada à educação por meio do esporte.

Em junho de 2002 foi lançado o Instituto Razão Social, em que o Instituto Camargo Corrêa se associou à Gerdau, Gradiente, Mckinsey e Promon com o objetivo de contribuir, utilizando o conceito de Venture Philantropy, para a capacitação de professores do Ensino Básico da rede pública.

3.3. Indicadores Do Desempenho Econômico e Social

A intenção deste sub-capítulo é a de transmitir em números o que o grupo Camargo Corrêa vem desenvolvendo no campo social. O Balanço social tem como uma de suas funções, quantificar o que é despendido nesta área.

Os números do Balanço Social e Demonstração do Valor Adicionado do Grupo Camargo Corrêa são expressivos, o que demonstra que o objetivo é levado a sério pelos seus idealizadores.

No anexo I estarão dispostas todas as informações sobre a empresa em relação aos seus colaboradores e projetos. No anexo II estarão apresentadas todas as informações de caráter econômico, é o quanto o grupo gera de riqueza para o Brasil.

4 LEGISLAÇÃO E OBRIGATORIEDADE

No texto do Ibase publicado no site www.balancosocial.org.br aparece listado alguns motivos para justificar o comportamento responsável socialmente.

São eles :

Ética : ser justo, bom e responsável já é um bem em si mesmo ;

Agregar valor : o balanço social traz um diferencial para a imagem da empresa que vem sendo cada vez mais valorizado por investidores e consumidores no Brasil e no mundo ;

Diminuir riscos : num mundo globalizado, onde informações sobre empresas circulam mercados internacionais em minutos, uma conduta Ética e transparente tem que fazer parte da estratégia de qualquer organização nos dias de hoje ;

Instrumento de gestão : o balanço social é uma valiosa ferramenta para a empresa gerir, medir e divulgar o exercício da responsabilidade social em seus empreendimentos.

Instrumento de avaliação : os analistas de mercado, investidores e órgãos de financiamento (como BNDES, BID e IFC) já incluem o balanço social na lista dos documentos necessários para se conhecer e avaliar os riscos e as projeções de uma empresa ;

Inovar e transformar : realizar e publicar o balanço social anualmente e mudar a antiga visão, indiferente a satisfação e o bem-estar dos funcionários e clientes, para uma visão moderna em que os objetivos da empresa incorporam as práticas de responsabilidade social e ambiental.

É possível listar também a retenção de talentos, dentro de uma empresa .

4.1. Balanço Social – Facultativo Ou Obrigatório?

O Ibase é uma instituição que apóia toda e qualquer iniciativa ou lei que sirva para divulgar e incentivar o Balanço Social, a Responsabilidade Social das Empresas e o princípio da Empresa Cidadã. Porém o Ibase acredita não ser possível, neste momento, criar uma verdadeira cidadania empresarial através do decreto. Assim, entendem que a cidadania e a responsabilidade social devem ser construídas e concretizadas, antes de tornarem-se obrigatórias.

A elaboração e conseqüente publicação do balanço social é algo que mexe fortemente com os princípios das empresas, pois requer que sejam revistas posições de caráter preconceituoso: “(...) A adoção dessa prática deve ser espontânea e não imposta pela lei” é a opinião do Sr. Moreira Ferreira, ex-presidente da Fiesp, em artigo publicado na Revista Indústria, ed.abr.1998.

“Embora não seja obrigatória a sua publicação, cada vez mais o balanço social firma-se como um instrumento de gestão das empresas”.⁵² E esta parece ser a tendência. Caso a publicação não venha a ser obrigatória, a própria sociedade poderá servir como filtro para identificar empresas socialmente responsáveis.

A revista TREVISAN, na sua edição n.143 demonstra que: “A Associação Brasileira das empresas de capital Aberto – ABRASCA - manifestou-se desfavoravelmente, caracterizando como retrógrada, a posição em relação à liberdade da empresas de apresentar ou não, explicitamente, sua contribuição social”.

Alguns acham o princípio da relação social deve ser de caráter liberal e impor uma situação que obrigue a elaboração do Balanço social não significa dizer que o trabalho terá êxito.

Tudo parece caminhar para uma mudança radical nos costumes empresariais. Todas as empresas com um comprometimento social sério desejam a transparência. Agora os empresários despertaram para esse grande fato. Já temos muitos exemplos de casos onde o dever compulsório não funciona. Precisa-se mudar a mentalidade dos que ainda devem se sentir coagidos para funcionarem. Algumas empresas acreditam

52 MELO NETO E FROES 1999 p. 122

que a obrigação de publicar o balanço social, dentro de um modelo padrão, atrapalhará o desenvolvimento de novas metodologias.

O autor do primeiro livro publicado sobre balanço social no Brasil admite: “O que fazer no plano social oferece algumas dificuldades iniciais para quem o enfrenta pela primeira vez, porém, uma metodologia acessível, somada ao sentido comum possibilitam ao empresário o manejo do tema com certa liberdade. O como fazê-lo é ainda mais complexo. Para superar essa dificuldade a chave é querer fazer. A livre decisão de querer fazer abre o caminho para a criatividade, a possibilidade de conseguir metas muito além do benefício econômico”.⁵³

A CVM - Comissão de Valores Mobiliários - admitiu ser favorável à elaboração do Balanço Social através dos pareceres 15/87 e 24/92, que tratam do relatório da administração e da divulgação da demonstração do valor adicionado, respectivamente. GONÇALVES afirma também que: “estar conforme a lei e pensar que apenas assim demonstramos nosso interesse pelos trabalhadores da empresa significa não ter claro o sentido da responsabilidade social”⁵⁴ e para reforçar MARTINS & LISBOA ainda afirmam “a responsabilidade é a capacidade de entendimento do direito e do dever que acompanha o exercício de qualquer atividade”.⁵⁵

A obrigatoriedade desta publicação fará com que os empresários, que ainda não assumiram a responsabilidade social, se conscientizem e comecem o período de planejamento e execução.

4.2. Que Há De Legislação No Brasil

No âmbito federal, tramita atualmente na Câmara dos Deputados o Projeto de Lei n.º 32/99, de autoria do deputado Paulo Rocha, que é uma reapresentação do Projeto de Lei n.º 3.116/97, das então deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling, que previa a obrigatoriedade da publicação para entidades públicas e empresas privadas em geral com mais de 100 funcionários. O projeto foi aprovado na Comissão do Trabalho, Administração e Serviço Público em 17/11/1999 e seguirá

53 GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980.p.25

54 GONÇALVES 1980 p. 26

55 MARTINS, E., LISBOA, L.P. Ética geral e profissional em contabilidade. São Paulo: Atlas, 1996 p. 89

tramitando agora na Comissão de Finanças. Se aprovado seguirá para a Comissão de Constituição e Justiça.

No Rio Grande do Sul o Projeto de Lei sobre Responsabilidade Social, de autoria do deputado Estadual César Buzatto, cujo texto contou com a contribuição deste Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul, foi transformado na Lei n.º 11.440. Esta institui o Balanço Social para empresas estabelecidas no Estado do Rio Grande do Sul, o qual será assinado por Contador ou Técnico em Contabilidade devidamente habilitado perante o CRC-RS ao exercício profissional.

Na esfera municipal, em São Paulo - SP a Resolução n.º 005/98 "Cria o Dia do Selo da Empresa Cidadã as empresas que apresentarem qualidade em seu balanço social e dá outras providências". Esta resolução está em vigor e já premiou diversas empresas. Em Santo André - SP o projeto de Lei 004/97, tornou-se a Lei n.º 7.672, de 18 de junho de 1998. No município de Porto Alegre foi criada a Lei n.º 8118/98. Em João Pessoa - PB o projeto de Resolução n.º 004/98 "Institui o Selo Herbert de Souza..." E em Uberlândia - MG a câmara Municipal instituiu em novembro de 1990 o "Selo Empresa - Cidadã".

4.3. Auditoria No Balanço Social

A auditoria das demonstrações financeiras serve para validar as informações prestadas por uma empresa num determinado período. Algumas empresas são por força de legislação obrigadas a auditar seus balanços, outras não.

No caso do Balanço Social, como existe uma intenção por parte da sociedade de torná-lo obrigatório, já existe também uma preocupação em torná-lo confiável aos olhos desta sociedade. A auditoria no balanço social seria realizada por profissionais especializados nesta área que emitiriam o seu parecer de forma semelhante às dos auditores das demonstrações financeiras.

No livro do professor Kroetz ele cita uma relação de benefícios que a implantação da auditoria do Balanço social proporcionaria. São elas:

- redução de riscos ambientais e sociais;

- redução de custos – com implementação de modelos de prevenção;
- novas oportunidades de mercado;
- maior confiança na organização, por parte de investidores, credores e sociedade em geral;
- avaliação dos procedimentos de cálculos tributários;
- maior comprometimento e participação dos empregados; e,
- consequentemente, maior nível de qualidade organizacional e social.

Para se fazer a auditoria seria necessário conhecer a política de gestão da empresa, os objetivos organizacionais, o ambiente interno e externo por exemplo.

O professor Kroetz ainda fala sobre as fases que ele julga necessárias para exercer esta auditoria:

- definição dos objetivos da auditoria;
- avaliação do sistema de controle interno;
- identificação dos pontos de controle;
- determinação das técnicas a serem aplicadas;
- estabelecimento de procedimentos.

Segundo o professor Kroetz,

5 COMO ELABORAR O BALANÇO SOCIAL

A contabilidade, conforme definição do Professor Antônio Lopes de Sá, é a “ciência que estuda os fenômenos patrimoniais sob o aspecto do fim aziendal”.⁵⁶ Mas desde algum tempo, como visto no capítulo primeiro que fala sobre a história do surgimento do balanço social, os profissionais desta área, juntamente com os empresários, estão buscando uma nova maneira de fazer contabilidade. Agora, ao invés de apenas demonstrações patrimoniais, surgem informações que mostrarão em que situação as empresas se encontram em relação ao seu dever de cidadania.

Neste capítulo vamos conhecer os dados necessários, que se transformarão em contas, para que o Balanço social seja concretizado.

“A necessidade de contar com um indicador confiável, para saber o resultado da gestão social, é mais forte do que as dificuldades que se apresentam para conseguir esse propósito. Apesar delas, é preciso ter uma noção clara, o mais objetiva possível que permita saber se, se está progredindo ou se estamos retrocedendo na área social”.⁵⁷ O mesmo autor explica como essa informação pode ser útil às mais diversas pessoas, física ou jurídica:

O Instituto de Análises sociais e Econômicas sugere a realização de um balanço social dentro de um modelo único e simples, o que tornaria mais fácil a comparação entre empresas e praticamente sem custo sua elaboração.

“O instrumento de medição – representado pelo **BALANÇO SOCIAL** – poderá oferecer aos dirigentes da empresa os elementos numéricos essenciais às suas tomadas de decisões, no que se refere aos programas e às responsabilidades sociais que cumpre a empresa enfrentar e desenvolver. Aos funcionários o Balanço Social garantirá a possibilidade de que suas expectativas sejam ouvidas pela empresa, de uma maneira sistematizada e quantificada. Aos investidores e fornecedores, o

⁵⁶ SÁ, Antônio Lopes de. Dicionário de contabilidade. São Paulo: Atlas, 1994.p. 96

Balanço Social possibilitará o conhecimento da maneira como a empresa encara suas responsabilidades em relação ao seu quadro humano, o que representará certamente um índice da maneira pela qual a empresa é administrada. Aos consumidores o Balanço Social poderá oferecer uma idéia de clima humano que reina na empresa, o qual representa seguramente o fato dominante da qualidade do produto que a empresa lhes oferece. Ao estado, finalmente, o Balanço Social poderá oferecer subsídios importantes para a elaboração de normas legais que regulem da maneira mais adequada a atividade das empresas, sempre com vistas ao bem de cada pessoa e de toda a comunidade.”⁵⁸

No texto acima o autor consegue, resumidamente, deixar claro quem são as pessoas mais interessadas em conhecer o Balanço social. Deixa também evidente que os interesses independem de classe hierárquica

O Balanço social é basicamente elaborado utilizando-se dados fornecidos pelo setor de recursos humanos. Por não ser obrigatório, deve ser apresentado junto ao relatório da administração ou aparecer em notas explicativas.

5.1. Em Busca Do Modelo Ideal

Muitas empresas estão utilizando, como referência para elaborar o Balanço social, o modelo sugerido pelo IBASE. “Embora alguns esforços tenham sido feitos, objetivando oferecer alternativas para levantamentos periódicos de informações sociais e ambientais, não se encontrou ainda uma metodologia que atenda às necessidades dos usuários e que tenha respaldo teórico”.⁵⁹ Ele diz que “na realidade, não se consegue produzir um conjunto de demonstrações contábeis capaz de incorporar variáveis econômicas, sociais e ecológicas, tangíveis e intangíveis, mensuráveis ou não mensuráveis”.

Conforme FLORES, em artigo publicado, tentou assim descrever como seria o relatório social da empresa:

57 GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980. p.31

58 GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo:Pioneira, 1980. 40

59 KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Átlas, 2000 p. 15

“Sua composição básica é intuitiva e resulta de todos os gastos da conta de lucros e perdas do balanço patrimonial que foram feitos em proveito dos empregados, dirigentes, autônomos, em favor dos governos federal, estaduais e municipais e em benefício dos meios em que atua, principalmente em finalidades assistenciais, intelectuais, livrarias, artísticas e desportivas. A isso se acrescenta, na conta de resultados, o que foi atribuído à participação dos empregados e dirigentes nos lucros e à distribuição de dividendos aos acionistas minoritários e de juros aos debenturistas”.⁶⁰

Além do modelo apresentado pelo IBASE foi publicado na Revista Brasileira de Contabilidade o modelo usado no Estado do Rio Grande do Sul, cujos municípios são obrigados, pôr força de lei estadual, a publicarem as suas demonstrações. Apesar de apresentadas com uma metodologia diferente as informações constantes em uma e outra são muito parecidas.

O modelo sugerido pelo IBASE e resultado da união entre o próprio instituto e representantes de empresas públicas e privadas, que apostam na simplicidade como garantia do envolvimento de um número maior de empresas, independentemente do seu tamanho ou setor.

5.1.1 Informações Indispensáveis

Cada empresa é livre para elaborar ou seguir um modelo já existente de balanço social.

“O importante é que a montagem do Balanço Social obedeça a dois requisitos intrínsecos: primeiramente a utilização de indicadores que reflitam o desempenho da empresa no campo humano e social, ao lado dos que reflitam o grau de satisfação dos empregados em relação aos programas desenvolvidos; em segundo lugar, o caráter participativo que deve presidir o desenvolvimento do processo, desde a escolha dos indicadores a serem utilizados, a definição das metas a serem atingidas em relação a cada indicador, a padronização com que cada um pesa na vida da empresa e,

60 FLORES, Jorge Oscar de Mello. Balanço social. Carta Mensal. Rio de Janeiro, v.45, n.529, p.56-9, abr.1999. p.59

naturalmente, o grau de satisfação dos empregados com os programas e com a própria atividade da empresa”.⁶¹

“A cada característica do homem e do ambiente corresponderá uma ‘Política’. Cada política se implantará por meio de programas que virão a ser, em verdade, as contas do Balanço Social”.⁶² É importante saber que o Balanço social deve ser usado como complemento de outras demonstrações.

- Cálculo dos percentuais

Os primeiros dados que devem ser apresentados no balanço social são: a Receita líquida do período, o Resultado operacional e o total bruto da folha de pagamento do mesmo período. O cálculo para se chegar ao valor de cada indicador é simples e objetivo. Dividem-se os valores despendidos em cada um dos itens pelo valor da folha de pagamento bruta, no caso dos indicadores internos e pelo valor do resultado operacional no caso dos indicadores externos. Para saber o percentual total dos indicadores (internos ou externos) divide-se novamente os mesmos itens, só que agora pelo valor da receita líquida.

Deve-se sempre comparar com o balanço do ano anterior para acompanhar a evolução ou não da contribuição no campo social.

5.1.2 Modelo IBASE

A forma de apresentação do modelo de Balanço social sugerido pelo IBASE e mostrada a seguir:

BALANÇO SOCIAL ANUAL

Base de Cálculo

- Receita Líquida

⁶¹ GONÇALVES, Ernesto Lima. Balanço social da empresa na América Latina. São Paulo: Pioneira, 1980. p. 39

- Resultado Operacional
- Folha de Pagamento Bruta

- Como Receita Líquida deve-se entender: Receita bruta menos os impostos, contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais.
- Como Resultado Operacional: o Lucro ou Prejuízo apresentado pela empresa no período.
- Como folha de pagamento Bruta entende-se: Valor total da folha de pagamento.

5.2. Importantes Indicadores Do Balanço Social

Os indicadores sociais de uma empresa podem ser divididos em duas classes: os sociais internos e os sociais externos. Os internos, como o próprio nome sugere, significam os valores gastos pela empresa em relação aos seus funcionários. Os externos são aqueles valores que a empresa investiu em projetos ou assistência da comunidade externa à empresa.

5.2.1 Indicadores Laborais

Os indicadores sociais internos podem ser também chamados de indicadores laborais e tem haver somente com os empregados. São todos os benefícios a eles atribuídos, que não têm caráter obrigatório. Para apurar os valores gastos em cada um dos itens abaixo, a empresa deve conhecer o montante em reais de cada um deles durante um período e fazer a sua divisão pelo total da folha de pagamento bruta e depois pelo total da receita líquida.

Exemplos do que podem ser os indicadores sociais internos:

- Alimentação
- Encargos sociais compulsórios
- Previdência privada

- Saúde
- Segurança e medicina no trabalho
- Educação
- Cultura
- Capacitação e desenvolvimento profissional
- Creches ou auxílios – creche
- Participação nos lucros ou resultados
- Outros
- Total dos Indicadores Sociais Internos

Entende-se pôr indicadores Laborais:

-Como Alimentação: Gastos com restaurante, vale refeição, lanches, cestas básicas e outros relacionados à alimentação dos empregados.

-Como Previdência Privada: Planos especiais de aposentadoria, fundação previdenciárias, complementações de benefícios aos aposentados e seus dependentes.

-Como Saúde: Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive dos aposentados.

-Como Educação: Gastos com ensino regular em todos os níveis, reembolso de educação, bolsas, assinaturas de revistas, gastos com biblioteca (excluídos pessoal) e outros gastos com educação.

-Como Cultura: Gastos com eventos e manifestações artísticas e culturais (música, teatro, cinema, literatura e outras artes).

-Como Capacitação e desenvolvimento profissional: Recursos investidos em treinamentos, cursos, estágios (excluídos salários) e gastos voltados especificamente para capacitação relacionada com a atividade desenvolvida pelos empregados.

-Como Creche ou auxílio-creche: Creche no local ou auxílio creche aos empregados.

-Como Participação nos lucros ou resultados: Participações que não caracterizem complementos de salários.

-Como Outros benefícios: Seguros (parcela paga pela empresa), empréstimo (só o custo), gastos com atividades recreativas, transportes, moradia e outros benefícios oferecidos as empregados podem aqui ser enumerados.

5.2.2 Indicadores Sociais Externos

Os indicadores sociais externos são aqueles que a empresa proporciona a comunidade em geral, que pode ser próxima da sua empresa ou não. Para apurar os valores gastos em cada um dos itens abaixo, a empresa deve conhecer o montante em reais de cada um deles durante um período e fazer a sua divisão pelo total do resultado operacional e depois pelo total da receita líquida.

Exemplos do que podem ser os indicadores sociais externos:

- Educação
- Cultura
- Saúde e saneamento
- Habitação
- Esporte
- Lazer e diversão
- Creches
- Alimentação
- Outros
- Total das Contribuições para a Sociedade
- Tributos (excluídos encargos sociais)
- Total de Indicadores Sociais Externos

Deve-se saber:

-Total das contribuições para a sociedade: Somatório dos investimentos na comunidade que aparecem discriminados. Não incluir os gastos declarados nos Indicadores Laborais. Os itens na tabela aparecem como indicação de setores importantes onde a empresa deve investir, porém, podem aparecer aqui somente os investimentos e contribuições que a empresa realiza regularmente (ação focalizada em educação, por exemplo).

-Tributos (excluídos encargos Sociais): Impostos, contribuições e taxas federais, estaduais e municipais.

5.2.3 Indicadores Ambientais

Os indicadores ambientais são todos os valores gastos por uma empresa em virtude de preservação do meio ambiente, de processos não poluentes resultantes da sua atividade fim, gastos com recuperação e ou tratamentos de uma área escolhida pela empresa ou ainda reparo de danos que foram causados pela sua própria atividade.

São os Indicadores Ambientais:

- Relacionados com a operação da empresa
- Em programas e/ou projetos externos

Indicadores Ambientais

-Relacionados com a operação da empresa: investimentos, monitoramento da qualidade dos resíduos/efluentes, despoluição, gastos com a introdução de métodos não-poluente, auditorias ambientais, programas de educação ambiental para funcionários e outros gastos com o objetivo de incrementar a qualidade ambiental na operação da empresa.

-Em Programas/Projetos externos: Despoluição, conservação de recursos ambientais, educação ambiental para a comunidade externa e para a sociedade.

5.2.4 Indicadores Do Corpo Funcional E Demais Informações Relevantes Ao Exercício Da Cidadania

Indicadores do Corpo Funcional

- Nº de empregados ao final do período
- Nº de admissões durante o período

- Nº de empregados terceirizados
- Nº de empregados acima de 45 anos
- Nº de mulheres que trabalham na empresa
- % de cargos de chefia ocupados por mulheres
- Nº de negros que trabalha na empresa
- % de cargos de chefia ocupados por negros
- Nº de empregados portadores de deficiência
- -N. de negros que trabalha na empresa: Considerar como trabalhadores negros o somatório de indivíduos classificados como pretos e pardos (conforme a RAIS).
- Informações Relevantes quanto ao Exercício da Cidadania empresarial
- Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa
- Número total de acidentes de trabalho

Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por quem:

Pela direção

Direção e gerências

Todos os empregados

- Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por quem

Pela direção

Direção e gerências

Todos os empregados

- A previdência privada contempla o que

Direção

Direção e gerências

Todos os empregados

- A participação nos lucros ou resultados contempla o que

Direção

Direção e gerências

Todos os empregados

- Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa são:

Não são considerados

São sugeridos

São exigidos

- Quanto à participação dos empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:

Não se envolve

Apóia

Organiza e incentiva

Informações Relevantes

-Relação entre a maior e a menor remuneração: Resultado da divisão da maior remuneração pela menor.

-Número total de acidentes de trabalho: Todos os acidentes de trabalho registrados durante o ano.

6 DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

A DVA – Demonstração do Valor Adicionado - é um dos componentes do Balanço Social. Um conceito tirado da Revista TREVISAN, no seu n.143, assim a define: “(...) demonstração das riquezas geradas pela empresa (valor da venda de bens e serviços, deduzido dos bens e serviços adquiridos de terceiros) e de como ela a distribuiu entre fornecedores de capital, recursos humanos e governo”. Como recursos adquiridos de terceiros pode-se entender: matéria-prima, mercadorias para revenda, serviços ou todos os insumos adquiridos durante o processo operacional.

Reforçando o conceito, a DVA permite analisar como uma empresa distribui entre os seus funcionários, governo, financiadores externos e proprietários ou acionistas a riqueza que gerou. Tem, assim como todo o Balanço Social, a função de tornar transparentes as demonstrações de contribuições para a sociedade só que além de informações sociais agora informações econômicas. “A demonstração do valor adicionado é preparada pelo sistema de informações contábeis e apresenta o conjunto de dados que revelam a riqueza gerada pela entidade em determinado período, bem como sua distribuição”.⁶³

“A DVA é na realidade a diferença entre os recursos consumidos que a organização adquiriu de terceiros e o que ela produziu, ou seja, representa o que foi agregado de valor ao produto/serviço (riqueza gerada), dentro de seu ciclo operacional. Demonstrando, ainda, sua distribuição para empregados, governo, financiadores, acionistas/sócios, etc.”⁶⁴.

Aliás, transparência que, agora com a proposta de alteração da Lei das S.A, talvez tenha mais êxito, já que o projeto prevê a obrigatoriedade da demonstração, substituindo a Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos para o Demonstrativo dos fluxos de caixa e do Valor Adicionado.

63 KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000.p. 40

“Por meio da DVA, é possível perceber a contribuição econômica da entidade para cada segmento com quem ela se relaciona. Constituindo-se no Produto Interno Bruto (PIB) produzido pela organização.”⁶⁵

“A elaboração e a divulgação da Demonstração do Valor Adicionado (DVA) pelas empresas em muito enriqueceria a informação contábil e social, sendo de importância vital para todos que se dedicam à atividade de analisar demonstrações contábeis/financeiras das organizações.”⁶⁶

⁶⁴ KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000. p. 40

⁶⁵ KROETZ, César Eduardo Stevens. Balanço Social teoria e prática. São Paulo. Atlas, 2000. p. 42

⁶⁶ Tinoco, João Eduardo Prudêncio. Balanço Social. Uma abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações. São Paulo, Atlas, 2001.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do trabalho percebe-se que existe uma forte tendência e a preocupação por parte dos empresários de assumirem a Responsabilidade social. É uma grande conquista da sociedade persuadir os empresários para que distribuam, de forma consciente e justa, a riqueza gerada pelas empresas, proporcionando aos funcionários e à sociedade em geral, melhorias na qualidade de vida.

As empresas que assumem este comportamento ético-social, exigido pela sociedade, tenderão a ter um retorno de investimento que poderá acontecer através da conquista do respeito e da confiança dos seus consumidores e fidelidade da marca.

O trabalho evidenciou que é positivo tanto para a empresa quanto para a sociedade quando ambas são parceiras e têm um objetivo social comum: o bem estar de todos. O que os empresários devem ter em mente, é que não deve ser necessária a força de uma legislação para começarem a contribuir.

A ação social deverá ser fruto do amadurecimento das empresas e os seus bons produtos e serviços devem ser resultados de remuneração condigna e de respeito ao meio ambiente.

O mais importante no momento é saber que a preocupação com a sociedade e com o meio ambiente é uma tendência e as empresas devem se adequar às exigências da sociedade para garantirem a sua permanência no mercado.

Um dos objetivos principais foi alcançado, quando se conseguiu de maneira simples, falar da importância e da necessidade de se ter uma demonstração confiável capaz de servir como, dentre outros objetivos, suporte para a tomada de decisão visando uma moderna e consciente gestão empresarial. É importante que os empresários agora entendam que o custo é quase zero para a elaboração do Balanço social e que a demonstração do valor adicionado contribui para um maior conhecimento do valor agregado à economia brasileira.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. FLORES, Jorge Oscar de Mello. Balanço social. **Carta Mensal**. Rio de Janeiro, v.45, n.529, p.56-9, abr.1999.
2. GONÇALVES, Ernesto Lima. **Balanço social da empresa na América Latina**. São Paulo: Pioneira, 1980.
3. IUDICIBUS, Sérgio, Martins, Eliseu, Gelbcke, Ernesto Rubens. **Manual de Contabilidade das sociedades por ações: aplicável também as demais sociedades/FIPECAFI**. São Paulo: Atlas, 1994.
4. KROETZ, César Eduardo Stevens. **Balanço Social teoria e prática**. São Paulo. Atlas, 2000.
5. _____. **Balanço Social: uma proposta de normatização**. Brasília, Ano XXX, n. 129, p.53-63, maio/jun.2001.
6. LEI DAS S.A. Atlas, 1998.
7. LUCA, Márcia Martins Mendes de. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. São Paulo. Atlas, 1998.
8. MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1993.
9. MARTINS, E., LISBOA, L.P. **Ética geral e profissional em contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1996.

10. MELO NETO, F.P.de, FROES, C. **Projetos de marketing esportivo e social**. Londrina: Midiograf, 1997
11. _____. **Responsabilidade social e cidadania empresarial: A administração do terceiro setor**. Rio de Janeiro. Qualitymark, 1999.
12. MOREIRA, Joaquim Manhães. **A ética empresarial no Brasil**. São Paulo: Pioneira, 1999.
13. **Relatório de Responsabilidade Social, Ambiental e Econômica** do grupo Camargo Corrêa 2002.
14. REVISTA EXPRESSÃO. **Balanço Social**. Florianópolis, Ano 10, n. 105, 2000.
15. REVISTA EXPRESSÃO. **Balanço Social 2001**. Florianópolis, Ano 11, n. 112, 2001.
16. RIBEIRO, M.de S., LISBOA, L. P. Passivo Ambiental. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Goiânia, Ano XXIX, n.12, p.8-19, nov. /dez. 2000.
17. SÁ, Antônio Lopes de. **Dicionário de contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1994.
18. TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Uma abordagem Sócio-Econômica da Contabilidade**. São Paulo, USP/FEA, 1984 Dissertação (Mestrado).
19. _____. **Balanço Social. Uma abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. São Paulo, Atlas, 2001.
20. TORRES, Ciro. **Um pouco da História do Balanço Social**, Obtida via Internet. <http://www.balancosocial.org.br/legis.html>, 14 mar.2001.
21. TREVISAN. São Paulo, n.149, ano XIII. 2000.

22. TREVISAN. São Paulo, n. 143, Ano XIII. 2000

23. VAZ, Gil Nuno. **Marketing Institucional: o mercado de idéias e imagens**. São Paulo: Pioneira, 1995.

ANEXO I

BALANÇO SOCIAL CAMARGO CORRÊA S.A e Empresas Controladas - 2002

1) Base de cálculo	2002 Valor em (Mil Reais)			2001 Valor em (Mil reais)	
Receita Líquida	3.296.410			2.147.068	
Resultado Operacional	424.669			595.898	
Folha de Pagamento Bruta (FPB)	582.561			381.091	
2) Indicadores Laborais	Valor (R\$)	% s/ L.O.	% s/R.L.	Valor (R\$)	% s/L.O.
Alimentação	24.761	5,8	0,8	23.996	4,0
Encargos Sociais Compulsórios	155.177	36,5	4,7	102.476	17,2
Previdência Privada	18.415	4,3	0,6	9.076	1,5
Saúde	16.815	4,0	0,5	7.322	1,2
Educação	3.947	0,9	0,1	1.609	0,3
Creches ou Auxílio creche	249	0,1	0,0		
Participação nos lucros ou resultados	26.480	6,2	0,8	17.254	2,9
Outros benefícios	8.322	2,0	0,3	9.297	1,6
Total – Indicadores Laborais	254.165	59,9	7,7	171.030	28,7
3) Indicadores Sociais Externos	Valor (R\$)	% s/L.O.	% s/RL	Valor(R\$)	% s/L.O.
Tributos (excluídos encargos sociais)	564.969	133,0	17,1	409.236	68,7
Contribuições p/a Sociedade	3.569	0,8	0,1	4.318	0,7
Educação e cultura	649				
Saúde e Saneamento	230				
Habitação	0				
Lazer	35				
Creches	495				
Alimentação	0				
Outros	2.160				
Investimentos em meio ambiente	4.297	1,0	0,1	1.421	0,2
Relacionados a operações da empresa	4.162			1.421	
Em programas externos	135				
4) Indicadores Ambientais					

Nº de empregados ao final do ano	31.963	19.356
Nº de admissões durante o ano	15.490	13.091
Nº de demissões durante o ano	16.628	13.523
Nº de empregados acima de 45 anos	4.708	3.476
Nº de mulheres que trabalham na empresa	6.335	1.426
Nº de empregados portadores de deficiência física	1.951	841

5) Indicadores quanto ao Exercício da Cidadania Empresarial

	2002			2001	
Número total de acidentes de trabalho no ano	1.757			1.061	
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos:	(x) pela direção	() por órgãos específicos	() outros	(x) pela direção	() por órgãos específicos
Os padrões de segurança e salubridades no ambiente de trabalho foram definidos: Na seleção de fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	(x) pela direção	() por órgãos específicos	() outros	(x) pela direção	() por órgãos específicos
	(x) pela direção	() por órgãos específicos	() outros	(x) pela direção	() por órgãos específicos
Quanto a participação dos empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:	(x) apóia	() apóia e patrocina	() apóia e bonifica	(x) apóia	() apóia e patrocina

6) Outras Informações

	2002	2001
Índice de "turn over" média mensal	4,34%	5,73%
Média anual de acidentes/empregados	0,05	0,05
Absenteísmo	0,86	0,01
Investimento por empregado em prevenção de acidente	R\$ 146,95	R\$ 145,33
Investimento em treinamento durante o ano	R\$ 5,4 milhoes	R\$ 3,7 milhoes
Razão entre o menor salárioda empresa e o salário mínimo (país)	2,36	2,78
Número de empregados de	7.398	6.948

empresas terceiras que prestaram serviços no ano		
Quantidade de horas de treinamento no grupo	1.215.643	ND
Trainees no grupo	74	49
Quantidade de candidatos a trainee	4.105	5.800

Fonte: Relatório de Responsabilidade Social, Ambiental e Econômica 2002 do Grupo Camargo Corrêa.

ANEXO II

DVA DO GRUPO CAMARGO CORRÊA - 2002

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

Demonstração do Valor Adicionado		
Descrição	2002	2001
GERAÇÃO DE RIQUEZA		
Receitas	4.025.624	2.597.830
Matérias-primas e insumos adquiridos de terceiros	(2.309.696)	(1.301.816)
Valor Adicionado Bruto	1.715.928	1.296.014
Retenções – Depreciações e amortizações	(276.134)	(139.164)
Valor Adicionado Bruto gerado pelas operações	1.439.794	1.156.850
Valores recebidos em transferência – receitas financeiras, equivalência patrimonial e juros sobre capital próprio	372.755	486.128
Valor Adicionado Total a Distribuir	1.812.549	1.642.978
DISTRIBUIÇÃO POR PÚBLICOS		
Para remuneração dos empregados	679.051	417.478
Para os financiadores de capital – juros e aluguéis	571.631	343.662
Para o governo – impostos	561.867	454.754
Para expansão dos negócios – retenção de lucros e reservas	-	427.084
Valor Adicionado Distribuído	1.812.549	1.642.978

Fonte: Relatório de Responsabilidade Social, Ambiental e Econômica 2002 do Grupo Camargo Corrêa.